

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Херсонський навчально-науковий інститут

Кафедра економіки

«Допущений до захисту»

В.о. завідувача кафедри

 Руснак А.В.

«08» грудня 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

на тему: Стратегічне забезпечення ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства в умовах невизначеності

Виконала:

студентка групи 6417м

 Мовчан В.С.
(підпис)

Керівник роботи:

в.о. завідувача кафедри економіки,

д.е.н., професор

(посада, науковий ступінь, вчене звання)

 Руснак А.В.
(підпис)

Херсон–2024 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Херсонський навчально-науковий інститут

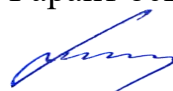
Кафедра Економіки

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма «Економіка підприємства»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Гарант освітньої програми



(підпис)

Ломоносов А.В.

«17» жовтня 2024 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Студентці

Мовчан Вікторії Сергіївні

(Прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи Стратегічне забезпечення ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства в умовах невизначеності

Керівник роботи Руснак Алла Валентинівна, д.е.н., професор

(прізвище, ім'я по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені розпорядженням директора ХННІ НУК від «17» жовтня 2024 р. № 10

2. Термін подання роботи: 7 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи Первинна, фінансова і статистична звітність підприємства; інформація Державної служби статистики України, Закони України, постанови Кабінету міністрів України

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Ресурсний потенціал підприємства та теоретичні засади його формування.

2. Аналіз сучасного стану та ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.

3. Перспективи удосконалення використання ресурсного потенціалу аграрного виробництва.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) 1. Структурна модель ресурсного потенціалу підприємств.

2. Система показників використання трудових ресурсів підприємства.

3. Основні економічні показники діяльності підприємства.

4. Показники економічної ефективності використання земельних ресурсів підприємства.

5. Економічна ефективність використання основних засобів на підприємстві.

6. Типова модель стратегічного формування та управління ресурсним потенціалом підприємства.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Руснак А.В., в.о. завідувача кафедри економіки		
2	Руснак А.В., в.о. завідувача кафедри економіки		
3	Руснак А.В., в.о. завідувача кафедри економіки		

7. Дата видачі завдання

«17» вересня 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів випускної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Обґрунтування актуальності і мети роботи	до 03.10.2024 р.	виконано
2.	Опрацювання нормативно-законодавчої бази, аналіз літературних джерел	до 17.10.2024 р.	виконано
3.	Збір, обробка і узагальнення статистичних даних і даних річних фінансових звітів	до 31.10.2024 р.	виконано
4.	Оцінка ефективності діяльності підприємства та розробка пропозицій з удосконалення	до 14.11.2024 р.	виконано
5.	Обґрунтувати висновки	до 22.11.2024 р.	виконано
6.	Оформлення роботи та подання на кафедру	до 07.12.2024 р.	виконано

Здобувач



(підпис)

Мовчан В.С.

(ПІБ)

Керівник роботи



(підпис)

Руснак А.В.

(ПІБ)

АНОТАЦІЯ

Мовчан В.С. Стратегічне забезпечення ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства в умовах невизначеності. – Херсонський навчально-науковий інститут Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, 2024. – Рукопис.

Робота присвячена розробці стратегії забезпечення зміцнення та ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства в умовах невизначеності.

У роботі обґрунтовано теоретико-методичні засади формування ресурсного потенціалу підприємства. Узагальнено стратегії конкурентоспроможності та ресурсний потенціал як фактор їх формування; вивчено методичні підходи до оцінки та ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства; обґрунтовано основні аспекти управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств.

Також здійснено аналіз діяльності підприємства та його системи управління; оцінку та проаналізовано економічну ефективність використання ресурсного потенціалу та збут сільськогосподарської продукції у приватному підприємстві.

Обґрунтовано напрями підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу виробництва сільськогосподарської продукції; розроблено модель стратегічного формування та управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: ресурсний потенціал, стратегія, конкурентоспроможність, економічна ефективність, підприємство.

SUMMARY

Movchan V.S. Strategic provision of effective use of resource potential of an agricultural enterprise in conditions of uncertainty. – Kherson Educational and Scientific Institute of the Admiral Makarov National Shipbuilding University, 2024. – Manuscript.

The work is devoted to the development of a strategy for ensuring the strengthening and effective use of the resource potential of an agricultural enterprise in conditions of uncertainty.

The work substantiates the theoretical and methodological principles of the formation of the resource potential of an enterprise. Competitiveness strategies and resource potential as a factor of their formation are summarized; methodological approaches to the assessment and efficiency of the use of the resource potential of an enterprise are studied; the main aspects of managing the resource potential of agricultural enterprises are substantiated.

The analysis of the activities of the enterprise and its management system is also carried out; the economic efficiency of the use of resource potential and the sale of agricultural products in a private enterprise is assessed and analyzed.

The directions of increasing the efficiency of the use of the resource potential of agricultural production are substantiated; a model of strategic formation and management of the resource potential of agricultural enterprises is developed.

Keywords: resource potential, strategy, competitiveness, economic efficiency, enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ	10
1.1. Стратегії конкурентоспроможності та ресурсний потенціал як фактор їх формування	10
1.2. Методичні засади до оцінки та ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.....	19
1.3. Основні аспекти управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств.....	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	34
2.1. Аналіз діяльності підприємства та його система управління	34
2.2. Оцінка та економічна ефективність використання ресурсного потенціалу та збут сільськогосподарської продукції у приватному підприємстві	44
2.3. Удосконалення системи реалізації сільськогосподарської продукції у господарстві.....	64
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА	72
3.1. Напрями підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу виробництва сільськогосподарської продукції	72
3.2. Модель стратегічного формування та управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств	76
3.3. Взаємозв'язок управління виробництвом у регулюванні збуту сільськогосподарської продукції.....	80
ВИСНОВКИ.....	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	91

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Вторгнення РФ в Україну призвело до великих людських жертв, масового переміщення населення та значного пошкодження інфраструктури. Величезним був також вплив на економічну активність: реальний ВВП скоротився, різко зросла інфляція, логістика та торгівля була серйозно порушена, а бюджетний дефіцит зріс до небувалого рівня.

Війна в Україні шокувала не тільки всі держави світу, але й негативно вплинула на економіку більшості з них. З початком бойових дій чимала кількість підприємств призупинила свою діяльність, що в свою чергу зруйнувало логістику. Одна із головних логістичних проблем – це блокування країною-терористом перевезень сільськогосподарської продукції Чорним морем з українських портів міст Одеси, Миколаєва та Херсону, якими раніше Україною здійснювалось майже всі експортні поставки.

Агресивні дії РФ призвели до руйнування або повного знищення виробничих потужностей та складських терміналів багатьох підприємств не тільки українських але й зарубіжних власників. Загарбником зруйновані десятки міст та тисячі одиниць інфраструктурних об'єктів у громадах нашої країни. Вітчизняні підприємства змушені долати кризові ситуації, пов'язані зі зниженням обсягів виробництва, браком інвестицій, входом на ринок іноземних виробників.

Побудова ресурсного потенціалу в окремі періоди здійснюється за рахунок різних елементів і їх співвідношення змінюється. Структурні зміни ресурсного потенціалу віддзеркалюють закономірність розвитку галузі, але повинні бути цілеспрямовані на створення умов для ефективного функціонування всієї системи.

Підвищення рівня ефективності використання економічного потенціалу аграрних підприємств відіграє провідну роль в успішному вирішенні економічних і соціальних завдань, досягненні головної мети

виробництва – підвищення прибутковості. Важливість питань, пов'язаних зі зміцненням та ефективним використанням ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств, їх теоретична і практична значимість зумовили вибір теми магістерської роботи і визначили її мету та основні завдання.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження полягала в розробці стратегії щодо забезпечення зміцнення та ефективного використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства в умовах невизначеності.

Для досягнення цієї мети визначено вирішення таких основних завдань:

- узагальнити сутність, складові та значення ресурсного потенціалу у забезпеченні сталого та ефективного розвитку виробництва, а також особливості і фактори формування та ефективного функціонування ринку ресурсів аграрної сфери;
- дати оцінку ефективності використання ресурсного потенціалу та економічного стану досліджуваного сільськогосподарського підприємства;
- сформулювати напрями покращення стану та підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу сільськогосподарського підприємства.

Об'єктом дослідження є процес формування та ефективного використання ресурсного потенціалу ПП «Вдячне поле» Голованівського району Кіровоградської області.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств.

Методи дослідження. Теоретичною основою кваліфікаційної роботи магістра є діалектичний метод пізнання економічних явищ і процесів у безперервному їх розвитку та взаємозв'язку. Для досягнення поставленої мети в роботі використовувались такі методи: діалектичний і абстрактно-логічний – при узагальненні теоретичних і методичних положень ресурсного потенціалу; монографічний – у висвітленні поглядів вчених на досліджувані в роботі

проблеми, вивченні в ретроспективі розвитку ресурсного потенціалу вітчизняного та зарубіжного досвіду в цій сфері; економіко-статистичний – для аналізу кількісних і якісних показників стану та розвитку ресурсного потенціалу аграрних; графічний – при дослідженні динаміки і структурних змін у розвитку аграрних підприємств, у відображенні результатів порівнянь тощо.

Інформаційною базою дослідження слугували нормативні та законодавчі документи України, праці провідних вітчизняних і зарубіжних вчених з питань ефективного використання ресурсного потенціалу, дані спеціалізованих періодичних, електронних видань, річні звіти підприємства, інші літературні джерела.

Елементи наукової новизни мають такі результати дослідження: системне обґрунтування теоретико-методичних положень і розробка практичних рекомендацій, які в цілому вирішують проблему підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці і обґрунтуванні пропозицій щодо підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу на підприємстві.

Перший розділ роботи присвячений розгляду теоретико-методичних засад формування ресурсного потенціалу підприємства. Зокрема: узагальнено стратегії конкурентоспроможності та ресурсний потенціал як фактор їх формування; вивчено методичні підходи до оцінки та ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства; обґрунтовано основні аспекти управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств.

У другому розділі здійснено: аналіз діяльності підприємства та його системи управління; оцінку та проаналізовано економічну ефективність використання ресурсного потенціалу та збут сільськогосподарської продукції у приватному підприємстві.

У третьому розділі обґрунтовано напрями підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу виробництва сільськогосподарської

продукції; розроблено модель стратегічного формування та управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств.

У висновках містяться підсумкові узагальнені результати проведеного дослідження, надані практичні рекомендації, які можуть використовуватись в діяльності сільськогосподарських підприємств.

Апробацію результатів дослідження було проведено на щорічній науково-практичній конференції магістрів ХННІ НУК.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота магістра виконана на 97 сторінках комп'ютерного тексту, містить 13 таблиць та 16 рисунків. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел, який налічує 70 найменувань.

РОЗДІЛ 1. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ТА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЙОГО ФОРМУВАННЯ

1.1. Стратегії конкурентоспроможності та ресурсний потенціал як фактор їх формування

В умовах воєнного стану сучасна економіка України зазнала значних руйнувань основних складових виробничого потенціалу. Це підкреслює важливість аналізу проблем ефективного використання виробничого потенціалу в господарській діяльності аграрного сектора.

За нинішніх обставин необхідно впроваджувати організаційно-економічні зміни в діяльність аграрних підприємств, зосереджуючись на забезпеченні продовольчої безпеки країни, розвитку сільських територій та оптимізації використання ресурсів. Кризові явища в економіці, зокрема в аграрному секторі, руйнують ресурсний потенціал сільськогосподарських підприємств. Цей потенціал слід розглядати не лише у виробничому аспекті, а й як сукупність взаємопов'язаних ресурсів (земельного, матеріально-технічного та людського капіталу), які можна задіяти у фінансовій, соціальній та інших сферах.

Одним із ключових завдань є розробка та вдосконалення організаційно-економічного механізму, спрямованого на підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах нестабільності. Особливу увагу слід приділити пошуку шляхів ефективного використання наявних ресурсів, можливостей і компетенцій для забезпечення максимального використання виробничих потужностей, зниження собівартості, підвищення якості продукції та послуг, збереження конкурентних позицій і збільшення лояльності клієнтів.

Перемога у тривалій війні неможлива без забезпечення міцної економічної бази. Для досягнення цієї мети уряду необхідно розробити Антикризовий план, який включатиме чітко визначені кроки та інструменти

для подолання майбутніх викликів, а також передбачатиме узгоджені дії всіх економічних регуляторів. Тактичні заходи цього плану повинні відповідати довгостроковим стратегічним пріоритетам України.

Економіка в умовах воєнного стану демонструє низку характерних тенденцій, які варто враховувати у процесі формування відповідних політик і рішень (рис.1.1).



Рис.1.1. Основні тренди економіки воєнного часу

Джерело: [22]

Ведення господарської діяльності підприємств у ринкових умовах вимагає ухвалення дієвих управлінських рішень щодо обсягів і асортименту продукції, правильного визначення цільового ринку, забезпечення прибутковості бізнесу та стабільного фінансового стану. Цього можна досягти за умови ефективного використання всіх наявних ресурсів. Управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств потребує ретельного аналізу для подальшої оптимізації, особливо за умов обмеженості ресурсів, коли необхідно забезпечити їх раціональний і збалансований розподіл [32].

Ресурсний потенціал підприємства охоплює всю сукупність доступних ресурсів, що є базою для виробничої діяльності. Його обсяг залежить від виду

економічної діяльності й включає такі ключові елементи, як земельні, матеріальні та трудові ресурси. Перспективи розвитку сільськогосподарського сектору визначаються рівнем забезпечення ресурсами й здатністю їх ефективно використовувати. Щоб досягти конкурентних позицій, аграрні підприємства повинні розвивати свій потенціал, який є багаторівневою та комплексною категорією.

Термін «потенціал» походить від латинського слова «*potentia*» і відображає силу, можливості та ресурси. У сучасному економічному словнику [23] це поняття трактується як економічна категорія, що охоплює сукупність доступних ресурсів, методів і резервів, необхідних для досягнення поставлених цілей.

Найчастіше поняття «потенціал» розглядається як спектр можливостей для розвитку чи змін суб'єкта. Загалом воно описує здатність підприємства або іншого об'єкта до виконання певних завдань, поєднуючи ресурси, фактори й потужності. Потенційними елементами виступають всі ресурси, які можуть бути задіяні у функціонуванні підприємства. Підприємницький потенціал аналізується з двох аспектів: як сукупність ресурсів і зв'язків між ними (ресурсний підхід) або як набір функцій, що реалізують можливості підприємства (функціональний підхід).

Категорія ресурсного потенціалу почала активно впроваджуватись у наукові дослідження у 70-80-х роках XX століття. Серед підходів до його визначення виділяють два основні: 1) як набір доступних ресурсів без врахування їх взаємозв'язку у виробництві [38; 68]; 2) як комплекс ресурсів, здатних забезпечити створення певного обсягу матеріальних благ [60; 70]. Незважаючи на розвиток теорії, в економічній літературі досі немає єдиного визначення поняття «ресурсний потенціал». Наприклад, окремі дослідники трактують його як сукупність трудових, земельних і матеріальних засобів, спрямованих на виробництво сільськогосподарської продукції [6; 9].

Інші науковці вважають, що ресурсний потенціал сільськогосподарських підприємств – це комплекс ресурсів, які забезпечують

виробничий процес, де земля виступає ключовим елементом [3; 6]. Деякі автори визначають його як інтегральну продуктивність промислових, природних і трудових ресурсів, виражену через показники виробництва продукції на одиницю земельної площі [19].

Елементи ресурсного потенціалу різних регіонів формують територіально-компонентну структуру. За пропозицією С.В. Додонова [22], до складових ресурсного потенціалу належать земля, основні фонди та персонал, які разом формують сукупний ресурсний потенціал підприємства чи регіону. Додатково до нього включають капітальні вкладення, пов'язані з інвестиціями у виробничі засоби. Хоча дослідник виключає оборотні кошти зі складу ресурсів, їхня відсутність ставить під сумнів ефективність діяльності підприємства.

В.Ф. Іванюта визначає ресурсний потенціал агропромислового комплексу як сукупність біологічних, трудових, природно-земельних, виробничих і фінансових ресурсів [28]. Н.С. Краснокутська виділяє у складі ресурсного потенціалу організаційні, технологічні, технічні, кадрові, інформаційні, фінансові, просторові компоненти та ділову репутацію [37]. М.Я. Мойса розглядає його як поєднання трудових, фінансових, земельних і матеріальних ресурсів, а також економічних інтересів, необхідних для сільськогосподарського виробництва [44]. За Г.М. Підлісецьким і М.І. Толкачем, ресурсний потенціал включає взаємопов'язані ресурси: матеріально-технічні, земельні, трудові та фінансові [45].

Науковці В.П. Славов і О.В. Коваленко підкреслюють, що ресурсний потенціал є комплексною економічною категорією, яка об'єднує всі наявні виробничі ресурси об'єкта, збалансовуючи їх кількісні та якісні характеристики [62]. Це визначає технології виробництва й параметри господарювання, дозволяючи оцінити можливості підприємства чи регіону у сфері виробництва та інших аспектах діяльності [61].

Аналіз різних підходів до визначення поняття «потенціал» свідчить про схожість їх основних ідей. Якщо розглядати потенціал як засоби або резерви

для досягнення певних цілей, то він фактично визначається тими ж ресурсами, які забезпечують функціонування конкретного бізнесу. Ресурсний потенціал підприємства можна трактувати як здатність наявних ресурсів досягати запланованих результатів у підприємницькій діяльності шляхом адаптації до змін у зовнішньому середовищі та використання відповідних управлінських рішень. Проте досі в економічній літературі немає єдиного і загальновизнаного визначення цього терміна.

Узагальнюючи різні підходи, ресурсний потенціал сільськогосподарського підприємства можна розглядати як комплекс природних, трудових і промислових ресурсів, необхідних для забезпечення виробничих процесів. Ця категорія є багатокomпонентною та складною, що включає численні складові. Візуалізувати структуру ресурсного потенціалу допомагає модель, яка демонструє його основні елементи та взаємозв'язки між ними (рис. 1.2).

Ресурсний потенціал сільськогосподарських підприємств являє собою складну систему, яка об'єднує різні групи ресурсів в єдину цілісність. Завдяки гармонійній взаємодії цих компонентів підприємства можуть досягати визначених результатів.

Для оцінювання ефективності господарської діяльності застосовуються показники ефективності використання ресурсного потенціалу. Формування та оптимізація ресурсного потенціалу сприяють виявленню стратегічних можливостей підприємства, що дозволяє йому посилювати конкурентні позиції на ринку. Таким чином, ресурсний потенціал відображає спроможність підприємства розвиватися в різних напрямках діяльності.

У ринкових умовах складові ресурсного потенціалу повинні розглядатися як товар, що вимагає створення ринкових механізмів для землі, праці, матеріально-технічних ресурсів і капіталу. Щодо ринку землі, основними характеристиками в аграрному секторі є її використання для виробництва сільськогосподарської продукції, обмеженість площі й необхідність раціонального застосування.

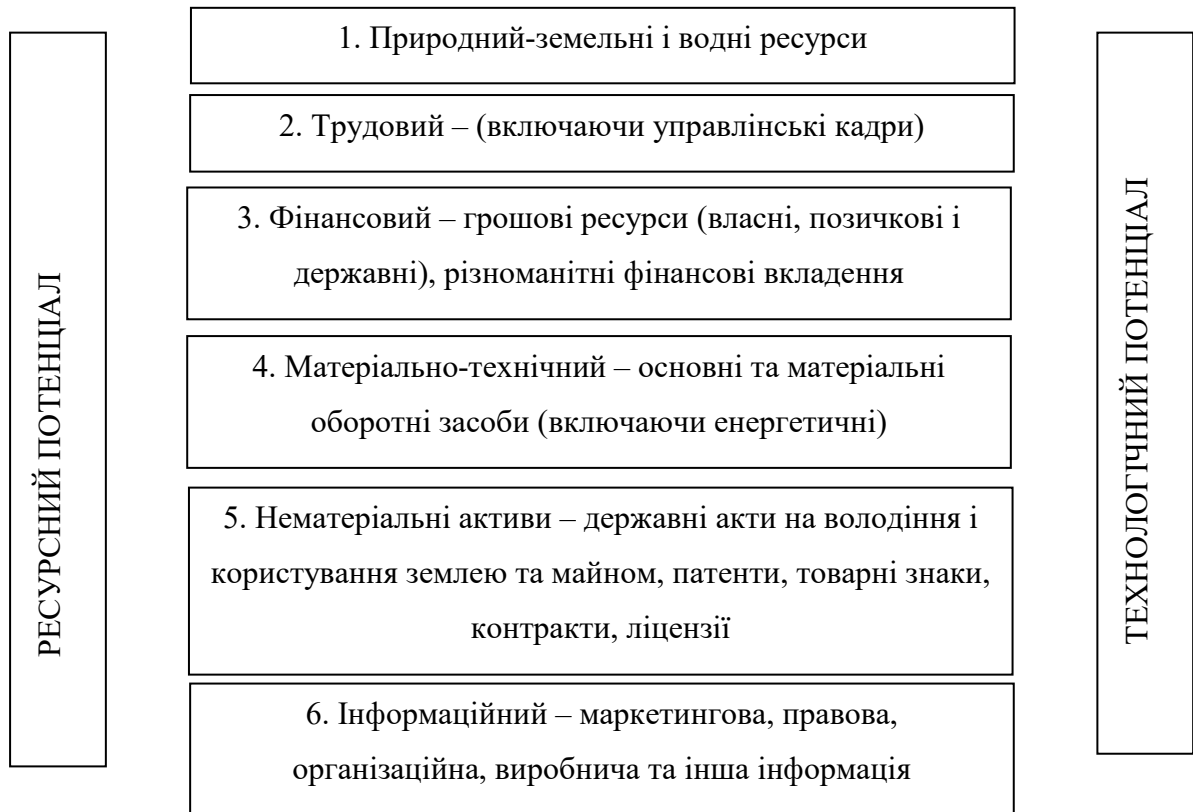


Рис. 1.2. Структурна модель ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств

Джерело: [65]

Ресурсний потенціал має включати природні (земельні, водні), трудові ресурси (зокрема управлінський персонал), інформаційно-маркетингові, правові, організаційні та виробничі компоненти. До цього переліку додаються фінансові ресурси (власні, кредитні, державні), інвестиції, нематеріальні активи (права власності, ліцензії, патенти, торгові марки) і матеріально-технічні засоби (капітальні, енергетичні активи). Також важливо враховувати технологічний потенціал, пов'язаний із впровадженням новітніх технологій. Реформи аграрного сектора України спричинили значні зміни в структурі та питомій вазі цих елементів.

Дослідники виділяють дві основні концепції розуміння ресурсного потенціалу аграрних підприємств. Перша підхід зосереджується на забезпеченості підприємств необхідними ресурсами та ефективності їхнього

використання. Друга концепція наголошує на здатності сукупності ресурсів досягати максимальних результатів через ефективне використання альтернативних можливостей. Вчені першої групи оцінюють потенціал виключно через сукупність ресурсів, а другої – через кінцевий ефект діяльності.

Спрощення трактування факторів виробництва як потенціалу економічної системи може призводити до викривлень в аналізі причинно-наслідкових зв'язків ринкових механізмів. У сучасних умовах аграрні підприємства мають зосереджувати увагу не тільки на розширенні власного потенціалу, але й на його раціональному використанні. Основними складовими залишаються земля, праця, фінансові та матеріально-технічні ресурси, а також нематеріальні активи. На сьогодні 71,4% земель в Україні використовується у сільському господарстві, що підтверджує важливість ефективного управління цими ресурсами.

Земля має бути визнана капіталом і включена в економічний обіг, що сприятиме зростанню прибутковості аграрних підприємств і забезпеченню можливостей для розширеного відтворення. Ігнорування її вартості як продуктивного капіталу сільського господарства щороку призводить до значних втрат у доходах, які можна оцінити в 8–10 млрд грн [6-9]. Інтеграція вартості землі до складу капіталу також відкриває можливості для іпотечних позик.

В аграрному секторі спостерігається повільний рух капіталу, що зумовлено тривалим виробничим циклом, який може перевищувати рік, у порівнянні з 1–3 місяцями в інших галузях. Матеріально-технічні ресурси підприємств поділяються на основні та оборотні фонди. Основні фонди включають вартість землі, техніки, транспортних засобів, будівель і споруд, що визначає ефективність і конкурентоспроможність виробничих процесів. Однак критичний стан матеріально-технічної бази значно ускладнює

розвиток підприємств через нестачу фінансових ресурсів, застарілу техніку та знижену інвестиційну активність.

Поточний рівень технічного забезпечення аграрних підприємств є недостатнім: лише 45–65% забезпечені необхідною технікою, а фізичний знос призводить до списання більшої кількості обладнання, ніж закупається нового. Щороку майже чверть тракторів і комбайнів не використовується через несправності, тоді як система технічного обслуговування практично зруйнована [61].

Ефективне використання основних засобів можливе за наявності достатніх оборотних коштів, які включають виробничі запаси, насіння, добрива, паливно-мастильні матеріали, запасні частини тощо. До фінансових активів належать грошові кошти та інвестиції, що дозволяють підприємствам своєчасно здійснювати закупівлі та зменшувати заборгованість, що позитивно впливає на їхню діяльність. Різні підходи до трактування фінансових ресурсів акцентують на їхній ролі як засобу накопичення або активу підприємства.

За визначенням О.Є. Гудзя, фінансові ресурси підприємства – це сума його високоліквідних активів, які використовуються для виконання поточних фінансових зобов'язань і забезпечення довгострокового розвитку [18]. У контексті аграрного підприємства фінансові ресурси відіграють роль інструменту забезпечення безперервного руху грошових коштів, виконуючи функцію засобу платежу. Фінансова діяльність підприємства охоплює систему грошових відносин, спрямованих на отримання запланованого прибутку, і впливає на організацію виробничих ресурсів [53].

Трудові ресурси є важливим елементом ресурсного потенціалу, оскільки вони забезпечують виробництво та реалізацію продукції. Однак останніми роками їхня роль ускладнюється через міграцію кваліфікованих кадрів із сільських територій і старіння населення. Від якісних і кількісних

характеристик трудового потенціалу залежить ефективність роботи підприємства та галузі в цілому.

Інформація виступає окремим, але невід'ємним компонентом ресурсного потенціалу. Інформаційні ресурси, які включають знання та дані, розміщені на носіях інформації, стають потужним фактором економічного розвитку, впливаючи на взаємодію всіх складових ресурсного потенціалу. Вони становлять особливу форму продуктивної сили, яка сприяє розвитку виробничих процесів [52].

У сільськогосподарському виробництві інформаційні ресурси охоплюють виробничо-організаційні, маркетингові, технічні, правові та інші види інформації. Практика розвинених країн свідчить, що ефективне використання таких ресурсів дає змогу значно скорочувати витрати інших видів ресурсів. Інформаційний потенціал підприємства складається із сукупності цих інформаційних систем. Важливим фактором успіху аграрного бізнесу є його репутація, досвід взаємодії з партнерами, клієнтська база, а також міцні зв'язки з постачальниками та іншими суб'єктами ринку.

Сучасний підхід до ресурсів включає також підприємницьку ініціативу та здатність до ведення бізнесу, що хоча і не має кількісного вираження, але є ключовим для ефективного використання матеріальних і фінансових ресурсів. Для оптимізації використання потенціалу підприємства необхідно забезпечити пропорційність між трудовими ресурсами і технічним обладнанням, вдосконалювати організацію виробничої інфраструктури, а також впроваджувати нові технології [66].

Значення потенціалу аграрного бізнесу для розвитку економіки і науково-технічного прогресу є надзвичайно важливим. Для підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу потрібно враховувати як матеріальні, так і нематеріальні фактори, які визначають результати діяльності підприємств.

1.2. Методичні засади оцінки та ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства

Ресурсний потенціал аграрного підприємства є ключовим чинником, що забезпечує його стабільний розвиток. Впроваджувані стратегії та тактики не лише впливають на зміцнення цього потенціалу, але й визначають умови для використання конкурентних переваг та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Для досягнення ефективної діяльності важливо здійснювати комплексну оцінку ресурсного потенціалу та забезпечувати його раціональне використання. У науковій літературі досліджується відтворювальна здатність і економічна ефективність аграрних підприємств, включно з використанням їхнього ресурсного потенціалу. Ці питання висвітлюються в працях таких науковців, як С.П. Асізова, Л.М. Алексенко, В.Г. Андрійчук, В.І. Бойка, О.Д. Гудзінського, В.Г. Гаркавого, С.А. Філіппова, О.Ю. Єрмакова, Й.С. Завадського, М.М. Ільчука, М.І. Кисіля, В.І. Месель-Веселяка, П.М. Макаренка, В.І. Мацибори, О.М. Шпичака, І.Н. Топихи, П.Т. Саблука, Ю.М. Яценка та інших. Однак методи оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу залишаються предметом дискусій через відмінності в підходах і поглядах на цю проблему.

Для комплексної оцінки ефективності використання ресурсного потенціалу господарських структур необхідно впроваджувати систему індексів, оскільки окремі показники зазвичай застосовуються тільки до певних видів ресурсів. Проте на сьогодні в економічній літературі відсутня загальноприйнята методологія такої оцінки. Крім того, часто спостерігається плутанина між поняттями «ефект» і «ефективність».

Деякі дослідники, зокрема М.Й. Хорунжий [67], пропонують використовувати для оцінки показники, що відображають прибуток, вартість реалізованої продукції, кількість добрив, чисельність поголів'я худоби, середньорічну вартість основних засобів, витрати на виробництво та

чисельність працівників. Л.Л. Мельник зазначає, що показники діяльності сільськогосподарських підприємств включають кількість працівників, собівартість продукції, обсяг валового виробництва, капітальні та енергетичні ресурси, фінансування й енергозабезпеченість [42]. Перші два показники характеризують масштаб ресурсного потенціалу, тоді як інші свідчать про рівень забезпеченості підприємства.

Інші автори вводять поняття «ресурсний ефект діяльності підприємства», яке передбачає здатність раціонально використовувати дефіцитні ресурси й залучати в обіг раніше невикористані [35]. Основними показниками цього ефекту є економія матеріалів і сировини, заміна дефіцитних ресурсів, залучення нових ресурсів до обігу та комплексне використання необхідної сировини.

Більшість економістів сходяться на думці, що оцінку відтворення та ефективності використання ресурсного потенціалу необхідно проводити як по кожній окремій групі ресурсів, так і в цілому. Для оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства застосовуються такі показники, як ресурсовіддача та ресурсомісткість. Вони обчислюються як загальні показники, так і для окремих складових, зокрема землеємності, витрат на заробітну плату, матеріаломісткості, енергомісткості й амортизаційної здатності. Чим вищий рівень ресурсовіддачі й менша ресурсоемність, тим ефективніше використовується потенціал аграрного підприємства.

Під час оцінювання ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства доцільно зіставляти отримані показники з нормативними величинами. Ресурсоемність, як стандартизований показник, визначає мінімальну кількість ресурсів, необхідних для виробництва одиниці продукції. Якщо фактична ресурсоемність перевищує нормативну, це свідчить про знижену ефективність використання ресурсів. Натомість, показники, нижчі за середні норми, вказують на оптимальне використання потенціалу.

Комплексна оцінка використання ресурсного потенціалу повинна враховувати всі його складові: земельні ресурси, основні й оборотні фонди, трудові ресурси. Щодо земельних ресурсів, їх ефективність слід аналізувати за двома групами показників: перша група характеризує процес відтворення земельних ресурсів, друга – економічну ефективність їхнього використання [51].

До першої групи показників відносять: частку сільськогосподарських угідь у загальній площі підприємства, частку обробленої землі (включно з ріллею та багаторічними насадженнями), площі зрошуваних, удобрених і меліорованих земель, а також обсяг механічної роботи, виконаної на гектар обробленої землі.

Друга група, яка оцінює економічну ефективність використання землі, включає натуральні та вартісні показники. Натуральні показники охоплюють урожайність, кількість вирощуваних культур, обсяги тваринницької продукції на 100 га угідь (наприклад, велика рогата худоба й вівчарство — на угіддя, свинарство – на ріллю, птахівництво – на площі зернових). Вартісні показники відображають виробництво валової, товарної і чистої продукції, а також прибуток на 1 га угідь або на один бал-гектар (з урахуванням бальної оцінки землі).

Цікавим показником ефективності землекористування є землевіддача, запропонована О.Ю. Єрмаковим [24] та А.В. Кравченком [36]. Вона визначається як співвідношення вартості валової продукції, отриманої з 1 га сільськогосподарських угідь, до їхньої грошової оцінки. Такий підхід дозволяє комплексно оцінити ефективність використання земельних ресурсів.

Матеріально-технічні ресурси, які включають основні та оборотні засоби, є ключовою складовою ресурсного потенціалу аграрного підприємства. Для оцінки відтворення основних фондів використовуються такі показники, як коефіцієнти використання виробничих потужностей, зносу, експлуатаційної придатності, оновлення та вибуття, а також функціональна частка основних засобів. Якщо коефіцієнт зносу перевищує 0,50, це свідчить про необхідність оновлення фондів.

Економічну ефективність використання основних фондів можна оцінити за показниками фондовіддачі, яка розраховується на основі валової, товарної, чистої продукції або прибутку, а також за показником фондомісткості, що є оберненим до фондовіддачі [48].

Щодо оборотних коштів, основними показниками ефективності їх використання є коефіцієнти оборотності та інтеграції, тривалість одного обороту (у днях), а також розмір валової, товарної чи чистої продукції та прибутку на 1 гривню оборотних фондів.

Робоча сила також є важливим елементом ресурсного потенціалу. Для її оцінки застосовуються окремі групи показників, кожна з яких відповідає певному аспекту використання трудових ресурсів. Такий підхід дозволяє комплексно оцінити ефективність використання всіх компонентів ресурсного потенціалу підприємства.

Уявлення про цю систему показників надає рис. 1.3.

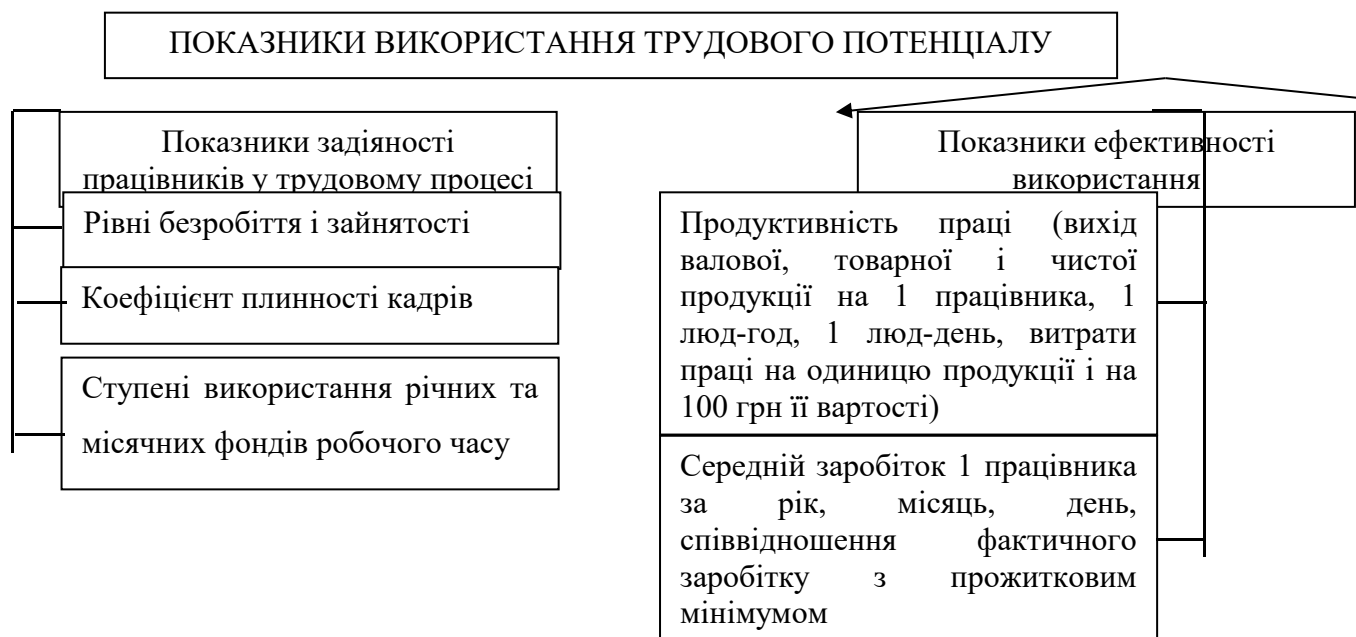


Рис. 1.3. Система показників використання трудових ресурсів підприємства

Джерело: [64]

Ефективність функціонування аграрного підприємства значною мірою залежить від його фінансового стану, який визначає можливості зміцнення

ресурсного потенціалу, впровадження сучасних технологій і ефективної реалізації продукції.

Питання оцінки фінансового стану широко висвітлюється в наукових дослідженнях, зокрема у працях В.М. Гриньова, В.Я. Дем'яненка, В.О. Коді, В.П. Клочан, Н.І. Костаневич, П.А. Лайка, Л.А. Лахтінова, У.А. Лузана, П.Т. Саблука та ін. Існують різні підходи до оцінки, серед яких В.М. Гриньов [17] пропонує використовувати такі напрями: ліквідність, майновий стан, ділова активність, фінансова стійкість, прибутковість і рентабельність. Водночас В.П. Клочан, Н.І. Костаневич та А.Х. Костирко [33] рекомендують спрощений метод оцінки за п'ятьма основними показниками: автономія, абсолютна ліквідність, покриття, рентабельність продукції та активів.

Рівень кожного з показників оцінюється за бальною системою, де максимум становить 100 балів. Фінансовий стан підприємства оцінюється як критичний (до 60 балів), нестійкий (60–80), стабільний (80–100), або абсолютно стабільний (100 балів).

Коефіцієнт автономії визначає частку власного капіталу у загальній структурі ресурсів підприємства, включаючи зовнішні джерела. Ліквідність, своєю чергою, відображає здатність підприємства швидко перетворювати активи в гроші для виконання зобов'язань. Основними показниками ліквідності є коефіцієнти поточної та абсолютної ліквідності.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності відображає здатність підприємства оперативно виконувати короткострокові фінансові зобов'язання. Показник поточної ліквідності дозволяє оцінити, наскільки збалансованим є фінансовий стан підприємства. Рентабельність активів обчислюється як співвідношення чистого прибутку до середньорічної вартості сукупного капіталу, а рентабельність виробництва визначається як відношення прибутку до обсягу реалізованої продукції.

Серед інших важливих показників рентабельності варто відзначити:

- рентабельність власного капіталу, яка визначається як співвідношення прибутку до загальної вартості власних ресурсів підприємства;

- рентабельність капіталу, що характеризує відношення прибутку до сукупності власного капіталу та довгострокових зобов'язань.

При аналізі ефективності розвитку аграрного підприємства не слід використовувати надто велику кількість показників, оскільки це може ускладнити оцінку їхнього впливу на кінцевий результат. Орієнтація на найбільш важливі показники дозволяє більш об'єктивно оцінити економічний стан підприємства.

Оскільки система показників використання ресурсів не забезпечує повної оцінки ефективності діяльності аграрних підприємств, виникає потреба в узагальнюючих критеріях. За рекомендацією О.А. Бугуцького, такими критеріями є рівень і темпи зростання валової продукції, доходів (валового та чистого) на гектар землі за умови мінімізації витрат праці на одиницю продукції [8]. М.Й. Хорунжий пропонує використовувати показники випуску валової товарної та чистої продукції, а також прибуток на одиницю виробничого потенціалу [67]. Крім того, значна частина науковців вважає, що рентабельність реалізованої продукції є важливим узагальнюючим показником ефективності.

Проте, на думку О.Ф. Савченко, у ринкових умовах рентабельність не слід використовувати як основний регулятор виробництва, оскільки вона враховує лише ефективність поточних витрат [58]. Це створює сприятливі умови для галузей із високим оборотом коштів, залишаючи поза увагою галузі з низьким оборотом, зумовленим технологічними особливостями.

Найбільш універсальним способом оцінки загального потенціалу економічного суб'єкта є грошова оцінка, яка враховує всі ресурси та їхню взаємозамінність. Такий підхід дозволяє об'єктивно оцінити ресурсний потенціал і його вплив на результати діяльності.

На думку дослідників, при визначенні ресурсного потенціалу аграрного підприємства необхідно враховувати такі складові, як матеріали, обладнання, земельні ресурси, матеріально-технічна база, трудовий потенціал та фінансові ресурси, включаючи ті, що не перебувають в активному обігу [21]. Хоча оцінка ресурсного потенціалу значно розвинулася, її застосування залишається недостатньо дослідженим як на рівні окремих галузей, так і в контексті аграрних підприємств.

Грошова оцінка земельних ресурсів у науковій літературі поділяється на експертну та нормативну. Ця оцінка має важливе значення для забезпечення раціонального та відповідального використання землі, оскільки економічно мотивує власників і користувачів до ефективного управління. Крім того, фінансова оцінка землі сприяє вдосконаленню земельних відносин, зокрема під час проведення трансакцій, та забезпечує фінансову базу для місцевого самоврядування [25].

При розрахунку ресурсного потенціалу аграрного підприємства, який є частиною матеріально-технічних ресурсів, доцільно визначати його вартість як суму основних засобів виробництва та матеріальних оборотних засобів. Сучасні методи фінансової оцінки трудового потенціалу поділяються на два основні підходи:

1) витратний підхід: вартість розраховується на основі витрат на заробітну плату, забезпечення належних умов праці та створення соціального пакета;

2) доходний підхід: оцінка базується на реальній вигоді, яку працівники приносять підприємству, та капіталізованій частині прибутку, отриманого завдяки їхній праці.

Для уникнення подвійного обліку сировини власного виробництва під час оцінювання ресурсного потенціалу доцільно виключати його вартість із загальної вартості ресурсів, що використовуються в аграрному та промисловому секторах. Такий підхід забезпечує точнішу оцінку загального ресурсного потенціалу підприємства.

1.3. Основні аспекти управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств

Для успішного і динамічного розвитку сильної держави необхідно чітке розуміння важливості аграрної галузі як основної сфери суспільної праці та ключового джерела задоволення базових потреб населення. Одним із найважливіших елементів розвитку аграрних підприємств є їхній ресурсний потенціал. Важливо проводити аналіз цього потенціалу, а також вивчати можливості для підвищення ефективності та раціонального використання наявних ресурсів [30].

Україна займає провідні позиції у світі за наявністю природних ресурсів та сільськогосподарського потенціалу. Однак, попри це, використання цього потенціалу є недостатнім, і агропромисловий комплекс України значно поступається за рівнем розвитку провідним країнам. Основними проблемами аграрного сектору є низька конкурентоспроможність продукції, невідповідність міжнародним стандартам якості, недостатнє інвестування, низька економічна ефективність виробництва, використання застарілих технологій і техніки. Також варто зазначити значне виснаження ґрунтів, їх ерозію та зниження родючості, що вимагає негайних заходів для стабілізації ситуації [51].

Останні роки аграрний сектор України втрачає інвестиційну привабливість. Це супроводжується руйнівними змінами у продуктивних силах понад двох десятків галузей, знеціненням капіталу, деградацією земельних ресурсів, зниженням ефективності аграрного виробництва та зростанням собівартості продукції. Крім того, на внутрішній ринок надходять продукти харчування низької якості, а рівень життя населення, особливо у сільській місцевості, суттєво погіршується. Вирішення цих проблем можливе не лише через відновлення інвестиційної активності, а й шляхом спрямування коштів на компенсацію інвестиційного дефіциту минулих років та забезпечення сучасних потреб агросектору в інвестиціях [48].

Інтеграція сільських територій у сучасні економічні процеси має значний

потенціал для їхнього розвитку. У провідних країнах світу цей процес включає надання консультаційних та інформаційних послуг, зокрема у сферах управління земельними ресурсами, менеджменту, маркетингу, підвищення якості продукції та диверсифікації господарської діяльності. Також увага приділяється охороні навколишнього середовища, збереженню та відновленню продуктивності сільського господарства [32].

Україна має орієнтуватися на досвід розвинених країн при розробці власної стратегії розвитку. Аграрний сектор економіки становить близько 7% у структурі валової доданої вартості країни, демонструючи значний мультиплікаційний ефект. Однак, статистичні дані свідчать про низький рівень розвитку аграрного виробництва. Розширення діяльності сільськогосподарських підприємств повинно сприяти посиленню інтеграційних зв'язків в аграрному секторі та міжгалузевій співпраці в межах агропромислового комплексу.

Важливим є те, що понад 60% сільськогосподарської продукції використовується як сировина для промислової переробки, тоді як у розвинених країнах цей показник сягає 90% [15]. Крім того, в аграрному секторі спостерігається скорочення поголів'я худоби. Станом на початок 2022 року кількість великої рогатої худоби в країні зменшилася на 4,5% порівняно з початком 2021 року, досягнувши 4708,8 тис. голів.

Сучасне землекористування також потребує вдосконалення, оскільки не відповідає екологічним та економічним стандартам. Часто ігноруються правила сівозміни та необхідність повернення ґрунту поживних речовин, які було виведено разом з урожаєм, що негативно впливає на родючість ґрунтів і стійкість сільськогосподарського виробництва.

Через інтенсивне використання земельних ресурсів без належних заходів захисту та відновлення їх як виробничого ресурсу й частини природного середовища відбувається швидка деградація родючих земель. Це становить загрозу для продовольчої безпеки країни. Ситуація зумовлена відсутністю ефективного власника землі, переважанням стратегії максимального залучення

земель до обробітку, використанням застарілих технологій виробництва та недостатнім застосуванням органічних добрив.

У 2021 році на органічне удобрення було спрямовано лише 2% від загальної площі посівів, що становило 0,4 млн га [15]. Це вказує на потребу в комплексному реформуванні агропромислового комплексу – від базових виробничих процесів до виробництва та доставки кінцевої продукції. Значна частина основних і оборотних засобів виведена з експлуатації, машинно-тракторний парк скорочений, а зношеність обладнання в багатьох підприємствах досягає 90%.

Неналежне матеріально-технічне забезпечення спричиняє значні втрати у сільськогосподарському виробництві, включаючи втрати зернових культур та їх нерациональне використання. Це підкреслює необхідність оновлення технологій і обладнання. Водночас кредитно-інвестиційна діяльність відіграє важливу роль у фінансуванні аграрних підприємств [42]. На початок 2023 року понад 1800 аграрних підприємств отримали кредити на суму понад 6,8 млрд грн, що на 33% більше, ніж у 2022 році.

У 2023 році аграрні підприємства України залучили короткострокові кредити на суму понад 4,8 млрд грн, середньострокові — на 849 млн грн, а довгострокові – на понад 1,1 млрд грн [15]. Однак відсоткові ставки за кредитами залишаються високими і становлять від 24 до 27% річних, що значно перевищує рівень у розвинених країнах. Наприклад, у Франції середній кредитний коефіцієнт для фермерів становить 6,6%, у США – 4,6%, а в Китаї – 5,3% [3].

Обмеження на суттєве підвищення цін на аграрну продукцію та продукти харчування змушують аграріїв орієнтуватися на зниження собівартості продукції для забезпечення рентабельності [14]. При цьому існує значний диспаритет цін між аграрною та промисловою продукцією, що за останні 20 років призвело до втрати понад 100 млрд грн [41].

Розвиток ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств є ключовим фактором для економічної стабільності країни. Цей сектор

забезпечує близько половини ВВП і зайнятість чверті населення, відіграючи важливу роль у зовнішній торгівлі [26]. Залучення ресурсного потенціалу аграрного сектора здатне перетворити його на провідний економічний важіль і джерело інновацій. Це сприятиме поліпшенню соціально-економічної ситуації в Україні, що є важливою частиною євроінтеграційного курсу держави.

Напрями розвитку ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств включають удосконалення нормативно-правової бази взаємодії між секторами агропромислового комплексу, впровадження фінансово-економічних оздоровчих заходів, а також адаптацію механізмів управління до ринкових умов. Важливим завданням є оптимізація цін у сільському господарстві та суміжних галузях економіки.

Необхідно мобілізувати державні кредитні ресурси та створити сприятливі умови для залучення приватних інвестицій у виробництво техніки для аграрного сектора. Це включає розширення лізингових програм на пільгових умовах, відновлення системи страхування в аграрній сфері, а також модернізацію технічного забезпечення агропромислового комплексу. Важливу роль відіграє розробка й удосконалення нормативно-правових актів у межах ефективної державної аграрної політики [60].

Однак на сьогодні відсутня чітка модель реалізації аграрної політики в умовах євроінтеграції. Комплексний підхід до впровадження механізмів державного регулювання залишається невирішеним завданням [51]. Основна мета розвитку сільськогосподарських підприємств полягає у формуванні сучасного аграрного комплексу, інтегрованого у світову економіку, здатного сприяти соціально-економічному розвитку та забезпечувати перехід України до статусу високотехнологічної держави.

Сучасна державна аграрна політика повинна враховувати євроінтеграційні процеси, створюючи умови для модернізації аграрного комплексу та виконання поставлених перед ним завдань [54]. Дослідженнями з управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств у цьому контексті займалися такі вчені, як Б. Бабич, Л. Воротіна, С. Гливленко та інші.

Проблеми розвитку аграрної політики розглядали А. Гальчинський, В. Геєць, А. Кінах та інші. Однак базові принципи формування державної аграрної політики в умовах євроінтеграції поки що лише частково висвітлені в літературі.

Аграрний сектор України є важливою частиною національної економіки, забезпечуючи близько 40% валового внутрішнього продукту та залучаючи понад 20% працездатного населення. На сьогодні в аграрній галузі діють близько 15 тисяч підприємств і організацій, які забезпечують роботою 1,6 млн осіб [48]. Однак більшість продукції, за винятком окремих видів, залишається неконкурентоспроможною на міжнародних і внутрішніх ринках через низку об'єктивних причин.

Відсутність чітко визначених пріоритетів і ефективного моніторингу державної аграрної політики уповільнює розвиток сільськогосподарських підприємств. Державна політика в умовах інтеграції України повинна ґрунтуватися на ключових принципах і положеннях, орієнтованих на інноваційний підхід та ефективне впровадження сучасних технологій. Це стане важливим кроком для досягнення стабільного розвитку аграрного сектору.

Основним завданням аграрної інноваційної політики для сільськогосподарських підприємств є ефективне використання наявного науково-технічного потенціалу та його подальший розвиток [53]. Це передбачає реформи, які визнають науку та сучасні технології ключовими рушійними силами змін. Створення сприятливого інноваційного клімату спрямоване на забезпечення динамічного розвитку сільськогосподарських підприємств за мінімальних інвестицій.

Україна має забезпечити доступ громадян до найсучасніших досягнень науково-технічного прогресу. Трансформація аграрного сектору через впровадження інновацій є необхідною для прискорення економічного розвитку та підвищення добробуту [41]. Середньорічні темпи зростання виробництва сільськогосподарської продукції повинні перевищувати темпи зростання ВВП у 1,5 раза, а основними товарами мають стати інноваційні продукти. Для досягнення лідерства на національному та міжнародному рівнях необхідно

збільшити обсяг виробництва на одного працівника до середньоєвропейського рівня – понад 200 тис. доларів США [33].

Поки що участь України в євроінтеграційних процесах аграрного сектора обмежена. Вітчизняний ринок практично не представлений транснаціональними компаніями, а кількість дочірніх підприємств світових виробників є невеликою. Проте науково-технічний і ресурсний потенціал аграрного сектора створює можливості для активізації міжнародної співпраці. Це включає участь у масштабних міжнародних проектах, трансфер високих технологій, розробку та продаж ліцензій на сучасні технології, а також створення спільних підприємств і залучення українських фахівців до роботи у міжнародних організаціях, що займаються питаннями розвитку сільського господарства [31].

Вступ України до Світової організації торгівлі (СОТ) став важливим етапом у розвитку інтеграційних процесів, сприяючи адаптації промислового та аграрного секторів до умов глобального конкурентного ринку. Однак цей процес потребує значної підготовчої роботи, зокрема гармонізації нормативно-правового середовища, впровадження сучасних систем технічного регулювання, а також забезпечення захисту інтересів виробників і споживачів аграрної продукції. Важливими завданнями залишаються посилення конкурентоспроможності, розвиток вертикальної та горизонтальної інтеграції аграрного, наукового та фінансового капіталу через реформування корпоративного управління [25].

У контексті євроінтеграції необхідно стимулювати інноваційну діяльність, розвивати нову культуру виробництва, а також забезпечувати відповідність умов праці європейським стандартам. Важливими складовими цієї стратегії є:

1. Розвиток науково-технічної системи, включаючи аграрні науково-дослідні інститути, університети та технічні центри.
2. Підготовка висококваліфікованих кадрів, зокрема наукових співробітників.
3. Раціональне використання природних ресурсів, достатніх для забезпечення виробничих циклів.

Ефективне управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств потребує розвиненої ринкової інфраструктури та платоспроможного внутрішнього ринку аграрної продукції, що є ключовою умовою для успішного функціонування системи [14].

У довгостроковій перспективі державна підтримка розвитку сільськогосподарських підприємств в Україні має бути спрямована на одночасний розвиток експортного потенціалу аграрного сектору та забезпечення потреб внутрішнього ринку. Це передбачає розширення внутрішнього попиту з боку бізнесу, населення та державних структур.

Для підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств слід враховувати чинники економічного зростання, зокрема підтримку підприємств, які виробляють продукцію та послуги з високим попитом на споживчому ринку. Також необхідно активізувати роботу суміжних галузей, які пов'язані з аграрним виробництвом [27].

Розробка ефективної державної політики в аграрній сфері сприятиме зміцненню конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Це дозволить українським виробникам інтегруватися у світову економіку [32]. Під час формування та реалізації аграрної політики слід враховувати широкий спектр інструментів і методів державного впливу, орієнтуючись на ключові напрями розвитку. Управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств має бути узгоджене з національною агропромисловою політикою для досягнення максимальних результатів.

Для ефективного розвитку агропромислового комплексу (АПК) необхідно впроваджувати сучасні управлінські стратегії, спрямовані на перехід від виправлення минулих помилок до багатовекторного підходу. Це включає вдосконалення механізмів ринкової самоорганізації сільськогосподарських підприємств для реалізації стратегічних цілей, а також впровадження

комп'ютеризованих систем підтримки прийняття управлінських рішень і створення інтегрованих облікових баз даних.

Необхідним кроком є законодавче розмежування повноважень у формуванні та реалізації державної й регіональної аграрної політики, а також удосконалення управління державною агропромисловою власністю. Для цього потрібно створити умови для ринкової самоорганізації великих інноваційно-орієнтованих об'єднань і делегувати їм частину управлінських функцій у межах реалізації аграрної політики.

Важливу роль відіграє підготовка менеджерів нового покоління для роботи у державних установах аграрного управління. Навчання повинно охоплювати передові методи бізнес-планування, стандарти інноваційно-інвестиційного проектування, а також практики лідерського менеджменту для впровадження їх у підприємствах аграрного сектора.

Для створення сприятливих умов функціонування агропромислового комплексу необхідно перейти до функціонально орієнтованої організаційної структури органів управління, зосереджуючи державну аграрну політику на європейських стандартах управління. При цьому слід враховувати широкий спектр чинників, які впливають на ефективність ресурсного потенціалу, зокрема соціальні, екологічні, економічні та виробничо-фінансові аспекти.

Ефективний економічний розвиток аграрних підприємств неможливий без врахування їхнього ресурсного потенціалу, який тісно пов'язаний із впливом інформаційного суспільства. Інформаційні технології формують специфіку використання ресурсного потенціалу, сприяючи економії, накопиченню та відтворенню ресурсів, або навпаки, їх втраті. Раціональне використання ресурсів є основою для покращення економічного стану агропромислового комплексу. Досягти цього можна лише за умови збалансованого та пропорційного використання всіх складових потенціалу в умовах інформаційного суспільства.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Аналіз діяльності підприємства та його система управління

Сільськогосподарське підприємство – ПП «Вдячне поле» зареєстроване у 1999 р. за юридичною адресою с. Осички Голованівського району Кіровоградської області. Розмір статутного капіталу складає 398302,34 грн. Господарство займається вирощуванням продукції рослинництва. Визначимо спеціалізацію господарства.

Спеціалізація сільського господарства – це форма суспільного розподілу праці, що проявляється у територіальній концентрації та поділі галузі на окремі напрями виробництва аграрної продукції та сировини. Її розвиток на основі науково-технічного прогресу, врахування агрокліматичних умов, а також раціонального використання матеріально-технічних і трудових ресурсів сприяє концентрації виробництва та підвищенню ефективності аграрної галузі [3].

Виробнича спеціалізація аграрного підприємства визначається основною галуззю, частка якої у структурі товарної продукції становить не менше 25%. Рівень спеціалізації оцінюється за відповідними коефіцієнтами, що відображають частку вартості продукції основних галузей у загальній вартості реалізованої продукції.

Глибоко спеціалізовані підприємства зосереджуються на виробництві одного виду продукції та мають високий рівень спеціалізації. Залежно від напрямів діяльності, виділяють зернові, овочеві, технічні, птахівничі, рослинно-молочні, відгодівельні та інші спеціалізовані підприємства [9]. Існують також типи підприємств, що об'єднують кілька галузей.

До підприємств, які спеціалізуються на одній галузі, належать ті, де основний напрям займає понад 50% у структурі товарної продукції. У

двогалузевих підприємствах дві спеціалізовані галузі разом забезпечують понад 67% доходів, причому кожна з них – не менше 25%. У трьохгалузевих підприємствах такі показники становлять понад 75% загалом, причому частка кожної з трьох галузей повинна бути не менше 24%. Підприємства, які не відповідають цим критеріям, належать до багатогалузевих.

На сьогодні існує декілька сільськогосподарських підприємств, які можна класифікувати за спеціалізованими групами. Значна частина з них мають дві-три провідні галузі, частка кожної з яких становить від 10-15% до 30-35% у структурі грошових надходжень від реалізації товарної продукції.

Одним із аспектів спеціалізації є створення спеціалізованих аграрних господарств. Такі підприємства зосереджуються на виробництві одного типу продукції, що дозволяє ефективніше використовувати землю, основні та оборотні фонди, а також трудові ресурси. Завдяки цьому забезпечується зростання продуктивності праці та прискорення темпів розвитку виробництва. Структура реалізованої продукції ПП «Вдячне поле» Кіровоградської області Голованівського району наведена в табл. 2.1

Таблиця 2.1

Структура товарної продукції у ПП «Вдячне поле»

Культури, види продукції, галузі	Вартість товарної продукції, тис. грн			В середньому за 3 роки		Номер в ранжиро- ваному ряді	P*(2i-1)
	2021 р.	2022 р.	2023 р.	тис. грн	Pi, %		
Зернові та зернобобові	6560,3	5569,1	5696,9	5942,1	66,0	1	66,0
Технічні	2203,5	3860,2	2966,0	3009,9	33,4	2	100,2
Разом продукція рослинництва	8763,8	9429,3	8662,9	8952,0	99,4	x	x
Разом продукція тваринництва	39,7	58,8	58,6	52,4	0,6	3	3,0
Всього по с.г. виробництву	8803,5	9488,1	8721,5	9004,6	100,0	x	169,2

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

Коефіцієнт спеціалізації господарства визначається за формулою:

$$K_{cn} = \frac{100}{P_i(2i-1)}, \quad (2.1)$$

де P_i - питома вага i -тої галузі в структурі грошової виручки;

i – порядковий номер i -тої галузі в ранжируваному ряді, побудованому за спадною ознакою.

Визначимо коефіцієнт спеціалізації за формулою:

$$K_{cn} = 100 \div 169,2 = 0,59$$

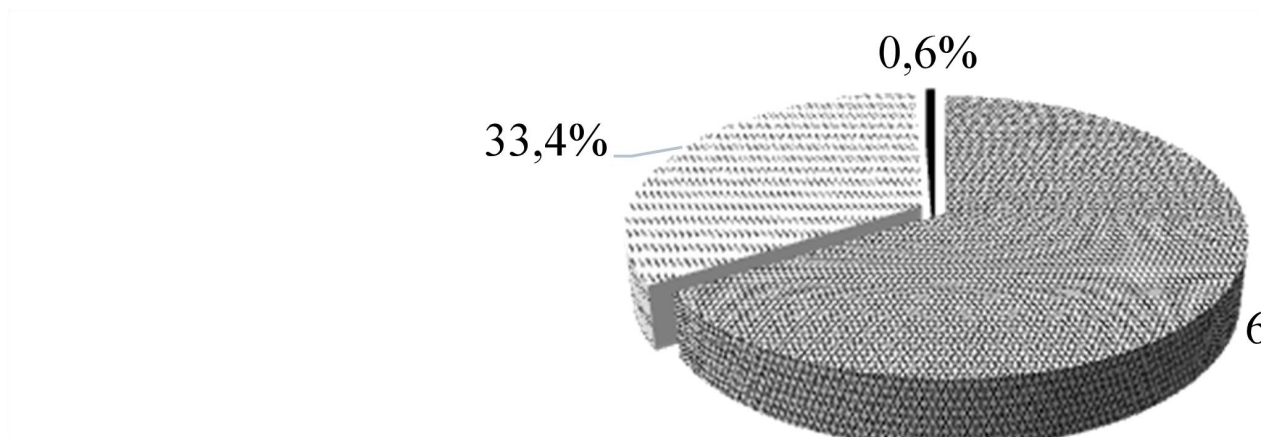


Рис. 2.1. Структура проданої продукції у ПП «Вдячне поле» у середньому за 2021-2023 рр.

Приватне підприємство «Вдячне поле» характеризується високим рівнем спеціалізації, основним напрямом діяльності якого є вирощування технічних і зернових культур. Також підприємство займається свинарством, забезпечуючи м'ясною продукцією свої внутрішні потреби.

Основна частка продукції підприємства припадає на зернові та зернобобові культури (66,0%) і технічні культури (33,4%), що визначає його зернотехнічну спеціалізацію.

Ефективність діяльності підприємства оцінюється за кількісними показниками, такими як обсяги заготовлених ресурсів (матеріалів, сировини, палива), а також виробленої та реалізованої продукції. Ці показники дозволяють підприємству вирішувати стратегічні завдання в процесі виробничої діяльності.

Індекс реалізації продукції забезпечує гармонізацію інтересів виробників і споживачів, оскільки реалізовуватись може лише та продукція, яка відповідає попиту. Це стимулює підприємство до підвищення якості продукції, розширення асортименту та припинення випуску непопулярних товарів. Показники рентабельності та прибутковості демонструють економічну ефективність діяльності підприємства, впливаючи на розмір податкових зобов'язань і можливості нарощування власного капіталу.

У табл. 2.2 наведено дані динаміки показників розміру підприємства.

Аналіз даних показує, що в 2023 р. у ПП «Вдячне поле» було закріплено 1582 га сільськогосподарських угідь. Цей показник дещо зріс у порівнянні з попередніми роками завдяки додатковій оренді земельних паїв кількома працівниками.

Кількість працівників підприємства за останні два роки залишалася стабільною і становила 28 осіб. У 2023 р. середньорічна вартість основних засобів збільшилася на 27,6% порівняно з 2021 р. і досягла 9 010 000 грн. Водночас вартість оборотних активів зросла на 11,3% і склала 7 720 500 грн. Це зростання було зумовлене збільшенням закупівлі добрив і значним подорожчанням паливно-мастильних матеріалів.

Прибуток від реалізації продукції демонстрував тенденцію до зростання: у 2022 р. він досяг 11 620 тис. грн, що на 37,2% більше порівняно з 2021 р. Однак через високу собівартість реалізованої продукції чистий прибуток у тому ж році скоротився на 15%. У 2023 р. норма прибутку значно зросла, досягнувши 14,7%, а рівень рентабельності становив 28,5%.

Таблиця 2.2

Основні економічні показники діяльності ПП «Вдячне поле»

Показники	Роки			2023 р. у % до	
	2021	2022	2023	2021 р.	2022 р.
1. Закріплено с.-г. угідь, га, в т.ч.	1499	1570	1582	105,5	100,7
рілля	1425	1497	1512	106,1	106,1
2. Середньорічна чисельність працівників, осіб	30	28	28	93,3	100,0
а) у рослинництві	28	27	27	96,4	100,0
б) у тваринництві	2	1	1	50,0	100,0
3. Виробнича собівартість, тис грн	8410,6	9704,4	12792,6	152,1	131,8
а) у рослинництві	8117,3	9095,9	12414,9	152,9	136,5
б) у тваринництві	293,3	608,5	377,7	128,8	62,1
4. Собівартість реалізованої продукції, тис. грн	7273,8	11210,9	8662,3	119,1	77,3
а) у рослинництві	7186,7	11152,3	8603,7	119,7	77,1
б) у тваринництві	87,1	58,6	58,6	67,3	100,0
5. Середньорічна вартість основних виробничих засобів, тис. грн	5627,0	7059,0	9010,0	160,1	127,6
6. Середньорічна вартість оборотних засобів, тис. грн	7035,0	6937,0	7720,5	109,7	111,3
7. Фондозабезпеченість, тис.грн/100 га с.-г.угідь	358,4	446,2	569,5	158,9	127,6
8. Фондоозброєність, тис.грн/1 працівника	201,0	252,1	321,8	160,1	127,6
9. Виручка (чистий дохід) від реалізації с.-г. продукції, тис. грн	9452	11620	12971	137,2	111,6
10. Прибуток (збиток) від реалізації с.-г. продукції і послуг, тис. грн	1529,6	635	2466	161,2	388,3
11. Чистий прибуток (збиток), тис. грн	2324	183	1995	85,8	1090,1
12. Норма прибутку (збитковості), %	12,1	1,2	14,7	х	х
13. Рівень рентабельності (збитковості), %	21,1	6,6	28,5	х	х

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

Матеріально-технічна база сільськогосподарських підприємств характеризується високою мобільністю, що є важливим аспектом їхньої діяльності. Для забезпечення виробничих процесів підприємства повинні мати достатню кількість двигунів для тракторів, автомобілів, комбайнів, а

також устаткування для будівництва об'єктів, таких як зерноток, комбікормові заводи, склади тощо.

Енергетична потужність аграрного підприємства визначається сумарною потужністю механічних двигунів, включаючи трактори, автомобілі, комбайни, інші машини та установки, електродвигуни й живу тяглову силу. Близько 70% загальної енергетичної потужності становлять двигуни тракторів, автомобілів та комбайнів. Зокрема, частка тракторів становить близько 35%, автомобілів – 23%, комбайнів – 12%. На електродвигуни та установки припадає 23%, решта припадає на живу тяглову силу.

Рівень забезпеченості енергоресурсами вимірюється показниками енергозабезпеченості та енергоозброєності. Енергозабезпеченість показує кількість енергетичних потужностей на 100 га сільськогосподарських угідь, а енергоозброєність – кількість доступних енергетичних потужностей на одного середньорічного працівника. Ці показники є ключовими для оцінки ефективності використання енергетичних ресурсів у сільськогосподарському виробництві.

Ефективність діяльності аграрного підприємства значною мірою визначається складом вирощуваних культур і їх співвідношенням, тобто структурою посівних площ.

Раціонально сформована структура посівів повинна забезпечувати:

- виконання договірних зобов'язань щодо реалізації продукції;
- задоволення внутрішніх потреб підприємства у продукції рослинництва;
- ефективне використання засобів виробництва, трудових ресурсів, обладнання та техніки;
- виробництво кормів у необхідній кількості та якості для потреб тваринництва з мінімальними витратами;
- дотримання правил сівозміни з урахуванням ґрунтово-кліматичних умов і спеціалізації підприємства [9].

Основним критерієм науково обґрунтованої структури посівів є максимальний вихід продукції з одного гектара при мінімальних затратах праці та фінансів. Додатковими критеріями можуть бути прибуток з одиниці площі, рентабельність витрат, а також собівартість кормових протеїнових одиниць.

Розглянемо склад та структуру посівних площ ПП «Вдячне поле» приведених у табл. 2.3.

Протягом 2021–2023 рр. у ПП «Вдячне поле» основними культурами для вирощування були технічні та зернові. Аналіз структури зібраних площ свідчить про те, що в ці роки перевагу надавали зерновим культурам, площі яких перевищували технічні на близько 10%.

Серед зернових культур основними були пшениця та ячмінь, які переважно вирощувалися як озимі, тоді як ярий ячмінь і овес займали меншу частку. Серед технічних культур найбільшу частку посівних площ займав соняшник, площі якого коливалися в межах 37–39%.

Таблиця 2.3

Структура зібраної площі сільськогосподарських культур
у ПП «Вдячне поле»

Культури	2021 р.		2022 р.		2023 р.	
	площа, га	%	площа, га	%	площа, га	%
1. Зернові і бобові без кукурудзи	668,0	62,5	663,0	54,2	580,0	54,5
у т. ч: озима пшениця	286,0	26,8	450,0	36,8	364,0	34,1
ячмінь озимий	269,0	25,2	32,0	2,6	216,0	20,2
ячмінь ярий	98,0	9,2	167,0	13,7	-	-
овес	15,0	1,4	14,0	1,2	-	-
2. Технічні культури	400,0	37,5	560,0	45,8	488,0	45,7
у т. ч. соняшник на зерно	400,0	37,5	440,0	36,0	420,0	39,3
соя	-	-	120,0	9,8	-	-
ріпак	-	-	-	-	68,0	6,4
Разом посівів	1068,0	100	1223,0	100	1068,0	100

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

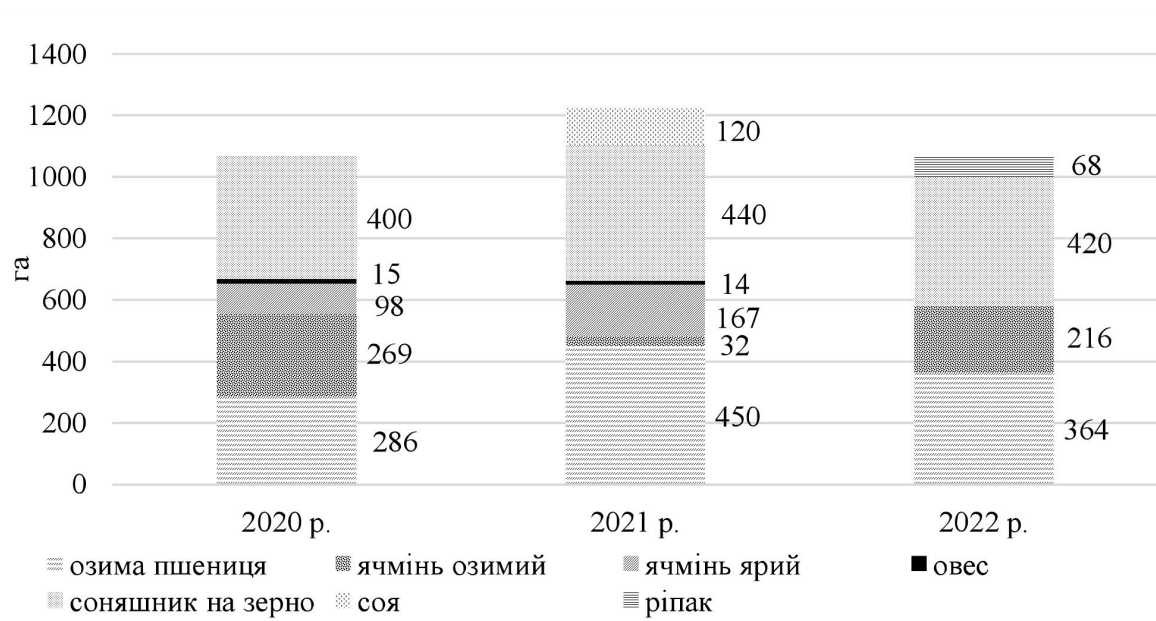


Рис. 2.2. Структура зібраної площі сільськогосподарських культур у ПП «Вдячне поле», га

В агропромисловому секторі земля відіграє ключову роль завдяки своїй рослинності, ґрунтовому покриву та водним ресурсам. Вона є основою для сільськогосподарського виробництва, оскільки забезпечує умови для росту та розвитку рослин завдяки своїм фізичним і хімічним властивостям, зокрема родючості.

Земля, на відміну від інших засобів виробництва, не зношується в процесі експлуатації, а при раціональному використанні може покращувати свої властивості та підвищувати родючість. Це дозволяє використовувати одну ділянку багаторазово. Управління родючістю є основним інструментом для досягнення високої врожайності та забезпечення сталого розвитку аграрного сектору.

Для ефективного землекористування в аграрних підприємствах необхідний детальний аналіз використання земельних ресурсів. Основними завданнями такого аналізу є оцінка структури сільськогосподарських угідь, пошук можливостей їх розширення та покращення, моніторинг реалізації заходів з підвищення ефективності та аналіз показників продуктивності землі

в аграрному господарстві.

Показники економічної ефективності використання земельних ресурсів наведені у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Показники економічної ефективності використання земельних ресурсів
у ПП «Вдячне поле»

Показники	Роки			2023 р. у % до	
	2021	2022	2023	2021 р.	2022 р.
Натуральні					
Вироблено на 100 га ріллі, ц:					
- зерна	1213,1	1298,1	1198,9	98,8	92,4
- соняшнику	230,9	200,1	392,8	170,1	196,3
- сої	128,3	-	-	-	-
- ріпаку	-	17,7	204,9	-	1157,6
Вартісні					
Одержано на 100 га с.-г. угідь:					
Валової продукції. (по цінах фактичної реалізації), тис. грн	664,0	747,2	808,6	121,8	108,2
в т.ч. рослинництва	647,6	727,2	784,8	121,2	107,9
тваринництва	16,4	19,9	23,9	145,7	120,1
Товарної продукції (по цінах фактичної реалізації), тис. грн	588,1	768,5	547,6	93,1	71,3
в т.ч. рослинництва	585,4	764,7	543,8	92,9	71,1
тваринництва	2,7	3,8	3,7	137,3	97,4
Прибутку, тис. грн	102,2	42,0	155,9	152,5	371,2
в т.ч. рослинництва	105,4	37,4	-	-	-

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

У 2022 р. найвищий урожай зернових культур на 100 га ріллі склав 1298,1 ц, що на 7% перевищило показник 2021 р., коли було зібрано 1213,1 ц. Соняшник також демонструє високі показники врожайності: у 2023 р. цей показник зріс на 96% порівняно з 2021 р..

Загальні вартісні показники, такі як валова вартість продукції та прибуток, мають тенденцію до зростання, за винятком продукції тваринництва. У 2023 р. очікується незначне зниження собівартості проданої

продукції, що може сприяти зростанню прибутку.

Основні засоби є важливою складовою діяльності агропідприємства, оскільки вони використовуються для виробництва продукції, надання послуг або виконання адміністративних завдань. Економічна ефективність їхнього використання відображається через частку амортизації у собівартості продукції. З розвитком технологій і техніки збільшується розмір річної амортизації, однак її частка у собівартості одиниці продукції може зменшуватись завдяки збільшенню обсягів виробництва.

Застосування нових технологій у виробництві часто супроводжується зниженням витрат, зокрема витрат на працю, що забезпечує економічний ефект навіть за зростання амортизаційних витрат. Таким чином, інвестиції в сучасну техніку дозволяють зменшити загальні виробничі витрати і підвищити рентабельність.

Економічна ефективність використання основних засобів наведена в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Економічна ефективність використання основних засобів у

ПП «Вдячне поле»

Показники	Роки			2023р. у % до	
	2021	2022	2023	2021 р.	2023 р.
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн	5627	7059	9010	160,1	127,6
Чисельність середньорічних працівників, чол.	30	28	28	93,3	100,0
Площа с.-г. угідь, га	1499	1570	1582	105,5	100,7
Чистий прибуток, тис. грн	2324	183	1995	85,8	1090,2
Фондовіддача, тис. грн	1,8	1,6	1,4	77,8	87,5
Фондомісткість, тис. грн	0,6	0,6	0,7	116,7	116,7
Фондоозброєність, тис. грн	201,0	252,1	321,8	160,1	127,6
Фондозабезпеченість, тис. грн	358,4	446,2	569,5	127,6	127,6
Рентабельність основних засобів, %	41,3	2,6	11,9	х	х

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

Аналізуючи представлені дані, можна зробити висновок, що середньорічна вартість основних засобів у 2023 р. зросла на 27–60% порівняно з попередніми роками. Це зростання відбулося завдяки придбанням нової сільськогосподарської техніки. Водночас площа сільськогосподарських угідь залишалася стабільною протягом трьох років.

Однак, у 2023 р. фондівіддача була найнижчою за цей період і склала 1,4, що свідчить про недостатньо ефективне використання основних засобів. Разом із цим, показники фондоозброєності та фондомісткості зросли завдяки оновленню технічного парку. Завдяки зростанню прибутку рентабельність основних фондів збільшилася до 11,9%, що вказує на поступове покращення економічної ефективності підприємства.

2.2. Оцінка та економічна ефективність використання ресурсного потенціалу та збут сільськогосподарської продукції у приватному підприємстві

Виробничий процес аграрного підприємства базується на взаємодії трьох основних компонентів: робочої сили, засобів праці та предметів праці. Ефективність виробництва характеризує результативність діяльності, відображаючи не лише зростання обсягів продукції, а й ресурси та витрати, необхідні для досягнення цього результату, що визначає якість економічного зростання.

Ефективність у сільському господарстві вимірюється показниками продуктивності (наприклад, урожайність, продуктивність худоби) та забезпеченості (наприклад, обсяги виробництва зерна на одного працівника). Важливим є також врахування рівня продовольчої незалежності країни: імпорт понад 20% продовольства вважається загрозою національній безпеці.

Одним із способів підвищення ефективності аграрного виробництва є раціональне поєднання продуктивності, економічної окупності витрат і ефективної реалізації продукції. Стратегічна мета аграрних підприємств полягає у досягненні такої економічної ефективності, яка забезпечує

довгострокове відтворення. При цьому розвиток галузі має враховувати екологічні та соціальні аспекти, водночас не погіршуючи фінансових результатів підприємства. Підтримання високої економічної ефективності залишається головним завданням аграрного бізнесу.

Собівартість продукції є одним із ключових показників, що визначають фінансово-господарську діяльність аграрного підприємства. Вона відображає поточні витрати на виробництво сільськогосподарської продукції у грошовому вираженні. Загальна виробнича собівартість підприємства охоплює витрати на виробництво та реалізацію продукції, доповнені адміністративними та збутовими витратами.

Для підприємців однією з головних проблем є точний розрахунок непрямих витрат, таких як амортизація, ремонт та інші витрати, які не пов'язані безпосередньо з виробництвом. Якщо підприємство виготовляє лише один вид продукції, усі витрати вважаються прямими.

Чинники, що впливають на підвищення собівартості продукції, включають:

- облікову політику та законодавчу базу;
- інфляцію та коливання курсу національної валюти;
- ринковий попит і рівень цін;
- конкуренцію між товаровиробниками;
- місце розташування підприємства, що впливає на співвідношення витрат і результатів;
- розташування постачальників і замовників;
- обсяг виробництва;
- людський фактор;
- наявність і різноманітність ресурсів;
- використання технологій у виробничих процесах.

Ці чинники разом формують складний механізм формування собівартості продукції аграрного підприємства.

Для аналізу собівартості продукції сільського господарства розглянемо її структуру (табл.2.6, рис.2.3).

Таблиця 2.6

Структура собівартості за видами продукції сільського господарства у ПП «Вдячне поле», тис.грн

Елементи витрат	Пшениця						Соняшник					
	Витрати на виробництво продукції			Структура, %			Витрати на виробництво продукції			Структура, %		
	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Виробнича собівартість	3084,7	3015,0	4535,0	100,0	100,0	100,0	2202,8	2873,0	2308,2	100,0	100,0	100,0
Прямі матеріальні витрати	2209,8	1346,8	1654,8	71,6	44,7	36,5	1351,6	1395,6	1266,0	61,4	48,6	54,8
в т. ч. насіння та посадковий матеріал	175,8	176,4	198,3	5,7	5,9	4,4	139,5	73,3	208,4	6,3	2,6	9,0
мінеральні добрива	626,3	589,1	924,5	20,3	19,5	21,3	562,8	411,5	539,8	25,5	14,3	23,3
нафтопродукти	560,0	401,1	478,2	18,2	13,3	10,5	231,5	535,2	387,3	10,5	18,6	16,8
решта матеріальних витрат	487,7	180,2	53,8	15,8	6,0	1,2	65,2	375,6	130,5	3,0	13,1	5,7
Витрати на оплату праці	197,4	483,0	780,7	6,4	16,0	17,2	189,6	132,2	220,8	8,6	4,6	9,6
Інші прямі витрати:	677,5	1185,2	2099,5	22,0	39,3	46,3	661,6	1345,2	821,4	30,0	46,8	35,6
відрахування на соціальні заходи	43,4	106,2	171,7	1,4	3,5	3,8	41,7	29,1	48,6	1,9	1,0	2,1
амортизація основних засобів	54,1	54,9	149,5	1,8	1,8	3,3	52,9	73,2	69,5	2,4	2,6	3,0
оплата послуг сторонніх організацій	360,0	392,0	351,9	11,7	13,0	7,8	352,6	400,0	496,0	16,0	13,9	21,5
решта ін. прямих та загально виробничих витрат	580,0	632,1	1426,4	18,8	21,0	31,5	567,0	842,9	207,3	25,7	29,3	9,0
Собівартість реалізованої продукції	4191,8	3069,1	4088,0	х	х	х	1976,1	2274,5	1908,9	х	х	х
Витрати на збут	3,1	2,6	33,6	х	х	х	1,5	1,8	2,0	х	х	х

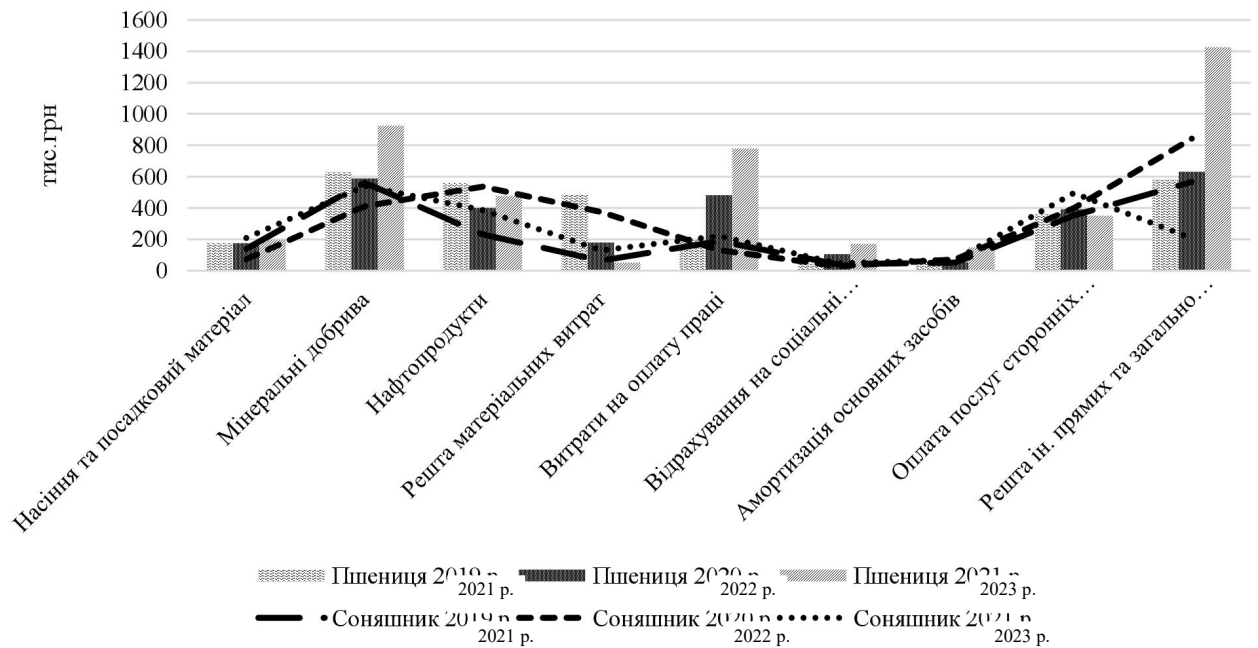


Рис. 2.3. Структура собівартості за видами продукції, тис.грн

Аналіз витрат на вирощування основних культур, таких як соняшник і пшениця, у 2023 р. свідчить про зменшення питомих матеріальних витрат. Це пояснюється зростанням цін на промислові оборотні засоби, включаючи пестициди, гербіциди, добрива та нафтопродукти. Через високу вартість якісного насіння підприємство змушене використовувати зерно власного виробництва, оскільки кошти на закупівлю садивного матеріалу були обмежені.

Витрати на виробничі послуги сторонніх організацій для вирощування соняшнику значно зросли, а структура матеріальних витрат без урахування амортизації демонструє збільшення диспаритету цін між промисловою та сільськогосподарською продукцією.

Найбільшу частку у вартості виробництва озимої пшениці у 2023 р. займали мінеральні добрива (21,3%) та паливно-мастильні матеріали (10,5%), що зумовлено їх високою ціною. Витрати на соціальні заходи мали найменший вплив на загальні витрати. У підсумку, собівартість продукції рослинництва значною мірою залежала від використання мінеральних добрив і паливно-мастильних матеріалів, які становили 21-23% загальних

витрат на виробництво зерна та соняшнику.

Основною метою підприємницької діяльності є отримання прибутку, який виступає рушійною силою бізнесу та базою для розвитку суспільного виробництва. Щоб забезпечити стабільне зростання прибутку, аграрне підприємство має впроваджувати ефективний маркетинг, розробляти кваліфіковану політику управління персоналом та оптимізувати витрати. Це вимагає оцінки впливу ресурсів, залучених у виробничий процес, на розмір прибутку та рентабельність, з подальшим аналізом отриманих результатів і розробкою рекомендацій для їхнього покращення.

Рентабельність є ключовим показником, що відображає ефективність діяльності аграрних підприємств, засновану на принципах господарського розрахунку. Вона характеризує здатність підприємства отримувати прибуток від використання ресурсів.

Рівень рентабельності визначається як співвідношення прибутку до суми матеріальних і грошових витрат, пов'язаних із виробництвом і реалізацією продукції. Цей показник дає змогу оцінити ефективність використання ресурсів і прибутковість підприємства. Рівень рентабельності виробництва розраховується за формулою:

$$P_p = \frac{\Pi_p}{\sum Z_{\text{вр}}} 100\% \quad (2.2)$$

де P_p – рівень рентабельності прибутку, %;

Π_p – прибуток від реалізації продукції, грн;

$\sum Z_{\text{вр}}$ – сума затрат на виробництво і реалізацію продукції, грн.

Рентабельність є ключовим показником економічної ефективності сільськогосподарського виробництва, який свідчить про здатність господарства отримувати прибуток. Кожен відсоток рентабельності відображає одну копійку прибутку на кожную гривню виробничих витрат. Загальний рівень рентабельності визначається для підприємства в цілому, але

також може розраховуватися окремо для кожного виду продукції, культури або галузі за даними річного звіту.

Однією з основних проблем у сільськогосподарській галузі є зниження рівня рентабельності окремих культур, що впливає на загальну економічну ефективність підприємств. Дані про рентабельність зернових культур та соняшнику представлені в табл. 2.7.

Таблиця 2.7

Рентабельність виробництва сільськогосподарських культур
у ПП «Вдячне поле»

Назва культури	Роки	Середня ціна 1ц, грн	Реалізація продукції		Комерційна собівартість реалізованої продукції		Прибуток (збиток)		Рівень рентабельності (збитковості), %
			Кількість, ц	Виручка, тис. грн	Всієї продукції, тис.грн.	1 ц, грн	Всього, тис. грн	1 ц, грн	
Зернові і зерно-бобові всього:	2021	245,6	10172	2498,3	1388,8	136,5	1109,5	109,1	79,9
	2022	336,6	19492	6560,3	5210,7	267,3	1349,6	69,2	25,9
	2023	450,0	18128	8157,6	5648,1	249,6	2509,5	138,4	55,4
Озима пшениця	2021	249,6	3320	828,6	365,4	110,1	463,2	139,5	126,7
	2022	351,3	15709	5518,2	4191,8	266,8	1326,4	84,4	31,6
	2023	483,9	13248	6410,7	4088,0	236,5	2322,7	175,3	74,1
Соняшник	2021	729,6	5156	3762	1969	381,9	1793	347,8	91,1
	2022	809,5	2722	2203,5	1976,1	726,0	227,4	83,6	11,5
	2023	1466,5	5939	6929,1	1908,9	621,2	5020,2	845,3	136,0

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

Рентабельність відображає ефективність використання засобів виробництва, що включають річну амортизацію основних засобів і вартість матеріальних ресурсів, задіяних у господарстві.

Згідно з аналізом даних, у 2023 р. відбулося підвищення ефективності виробництва зернових культур і соняшнику. Собівартість реалізованої

продукції залишалася на рівні 2022 р., тоді як прибуток зріс. Рівень рентабельності соняшнику досяг 130%, а озимої пшениці – 74,1%.

Зростання вартості ресурсів для вирощування сільськогосподарських культур спричинило підвищення середньої ціни реалізації продукції. Однак ціна реалізації не є об'єктивним показником, оскільки не враховує структуру продажів, тому цей аспект потребує подальшого дослідження. Розрахунки демонструють взаємозв'язок між обсягом виробництва, прибутком від реалізації та ціною реалізації, а також їхній вплив на загальну рентабельність (рис. 2.4).

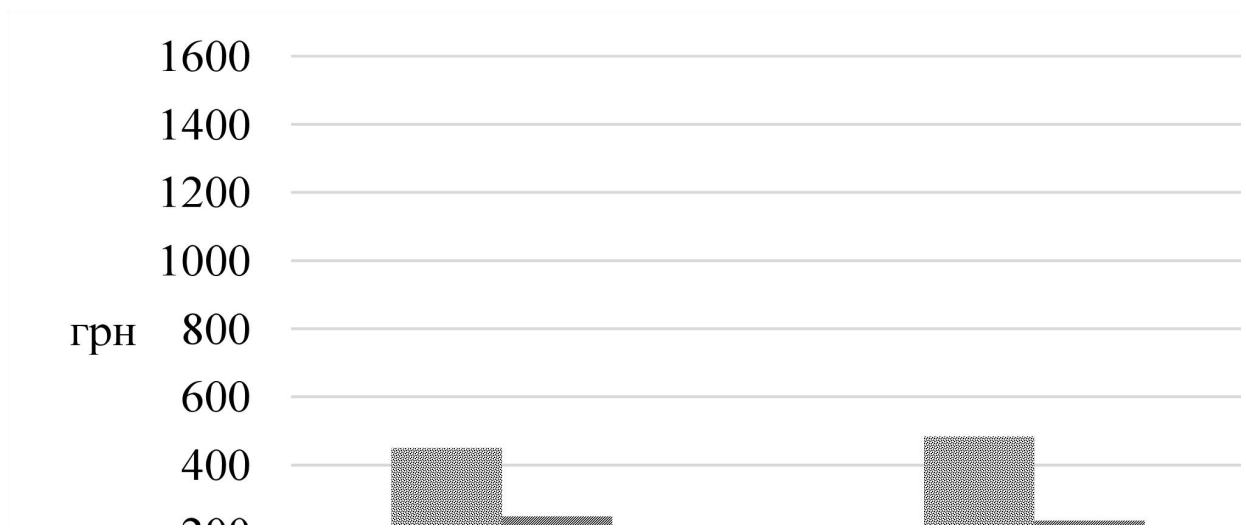


Рис. 2.4. Вартісні показники виробництва сільськогосподарських культур у 2023 р., грн/ц

Вітчизняне обладнання, що використовується аграрними підприємствами зерновиробничого сектора, є значно зношеним і застарілим з точки зору сучасних технологій. Через це значна частина робіт у процесі виробництва зерна та його переробки все ще виконується вручну.

Для збільшення обсягів виробництва зерна необхідно зосередитися на оптимальному внесенні мінеральних добрив, що сприяє повноцінному використанню потенціалу високоврожайних сортів і гібридів в умовах конкретного природно-економічного середовища.

Особливу роль у підвищенні врожайності в степових районах відіграє зрошення земель. Виведення та впровадження високоврожайних сортів і гібридів, стійких до хвороб і адаптованих для зрошуваних територій, також є важливим напрямом.

Інтенсифікація зернового виробництва неможлива без впровадження широкої механізації, яка є основою використання інтенсивних і промислових технологій вирощування зернових культур. Надійний машинно-тракторний комплекс дозволяє виконувати всі необхідні роботи вчасно та з дотриманням агротехнічних норм, що підвищує врожайність і зменшує втрати зерна.

Підвищення продуктивності праці у вирощуванні зернових культур можливе завдяки комплексній механізації. Інтенсивне зерновиробництво передбачає використання всіх чинників інтенсивного розвитку, зокрема механізацію, оптимальне внесення добрив і гербіцидів, впровадження високоврожайних сортів, використання якісного насіння та проведення комплексу агротехнічних і організаційних заходів, спрямованих на досягнення високих урожаїв.

У 2022 р. аграрні підприємства зазнали значних збитків через низькі ціни на сільськогосподарську продукцію. Для забезпечення прибутковості виробників зерна держава має втрутитися у процес ціноутворення, застосовуючи економічні та політичні важелі для встановлення стимулюючих цін. Це сприятиме розвитку виробництва зерна та створить умови для екстенсивного відтворення товаровиробників у цій галузі.

Рентабельність зернового виробництва також залежить від конкурентоспроможності продукції. Її підвищення можливе завдяки впровадженню нових сортів зернових культур, що мають високу цінність у продовольчому та кормовому аспектах, а також застосуванню енергозберігаючих технологій вирощування. Такі підходи дозволяють отримувати високі врожаї якісного зерна при знижених витратах.

Незважаючи на прогрес, багато зернових аграрних підприємств досі не

змогли повністю подолати наслідки кризи, яка вплинула на весь аграрний сектор. Забезпечення підприємств матеріалами та обладнанням залишається на низькому рівні. Ефективне розміщення культур у сівозміні, підвищення якості зернових у степових районах півдня України, а також правильний вибір попередників є важливими елементами заходів для збільшення врожайності.

Підтримка держави є необхідною для вирішення проблеми ресурсного забезпечення, особливо для малих аграрних підприємств. Це вимагає впровадження загальнодержавних і регіональних інвестиційних програм із залученням коштів місцевих бюджетів.

Кожне аграрне підприємство розподіляє вирощену продукцію відповідно до власних потреб, укладених договорів і стратегій. Продукція використовується для розширення виробництва, забезпечення харчування, соціальних потреб, оплати праці в натуральній формі та реалізації. Для оцінки торгової політики підприємства аналізують абсолютну та відносну товарність виробництва. Рівень відносної товарності визначається як частка валового продукту, реалізована у натуральному виразі.

Для визначення рівня товарності аграрного підприємства необхідно оцінити вироблену продукцію за порівняльними цінами, виключивши приріст незавершеного виробництва, молодих багаторічних насаджень і менш товарної продукції, такої як сіно, гній чи зелена маса.

Рівень товарності окремого виду продукції залежить від обсягу її виробництва. Проте зміна рівня товарності може відбуватися навіть за незмінного обсягу валової продукції, якщо підприємство змінює частку продукції, спрямовану на внутрішньогосподарські потреби. Рівень товарності різниться залежно від виду продукції. Наприклад, для технічних культур він може досягати 100%, для зернових — 40–50%, овочів — 65–75%, картоплі — 20–30%, яєць — 70–80%, а молока — 75–85%.

Низький рівень товарності картоплі пояснюється значними внутрішньогосподарськими потребами, такими як використання для

громадського харчування, насіння або корму для худоби. Подібна ситуація спостерігається з зерном, яке активно використовується для забезпечення потреб у кормових і насіннєвих ресурсах. Це обмежує можливості збільшення обсягів його реалізації, хоча зерно залишається економічно вигідним продуктом.

Аналізуючи рівень товарності сільськогосподарської продукції у ПП «Вдячне поле», можна відзначити, що в 2023 р., порівняно з 2022 р., показники реалізації продукції продемонстрували позитивну динаміку (табл. 2.8). Зростання рівня збуту продукції рослинництва супроводжувалося реалізацією залишків попередніх років, що дозволило підвищити загальні показники реалізації.

Рівень товарності основних видів сільськогосподарської продукції за 2021-2023 рр. наведено на рис. 2.5.

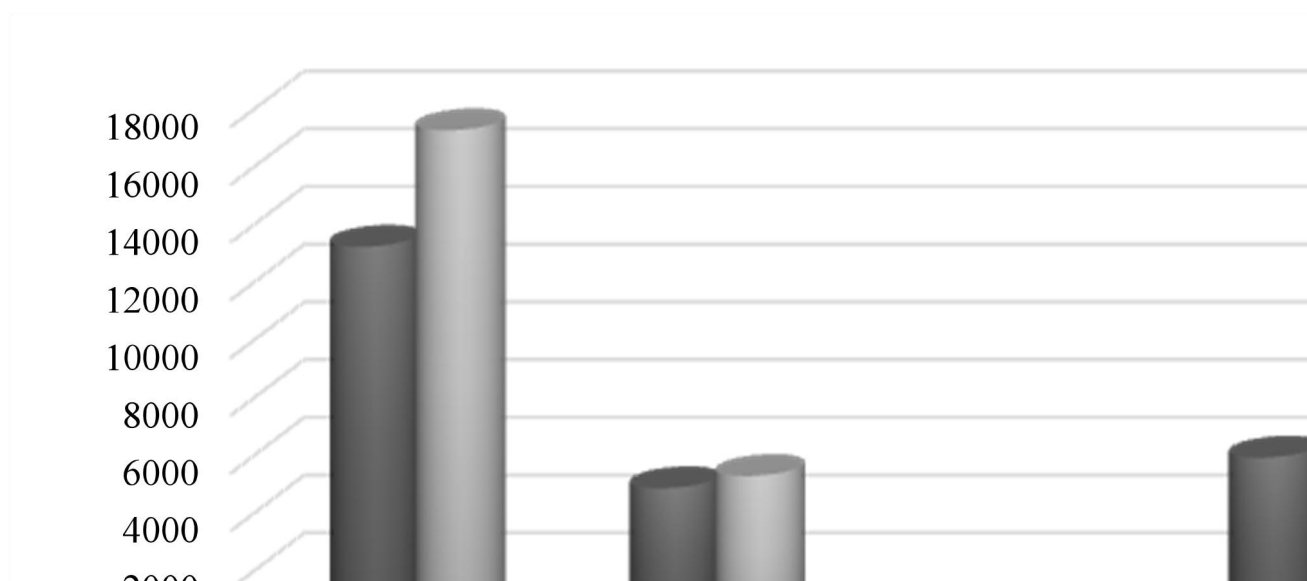


Рис. 2.5. Рівень товарності основних видів сільськогосподарської продукції у 2023 р., ц

Джерело: розрахунки автора за даними табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Рівень товарності основних видів сільськогосподарської продукції у ПП «Вдячне поле»

№ п.п.	Продукція	2021 р.			2022 р.			2023 р.		
		вироблено, ц	реалізовано, ц	рівень товарності, %	вироблено, ц	реалізовано, ц	рівень товарності, %	вироблено, ц	реалізовано, ц	рівень товарності, %
1	пшениця озима	13430	15709	117,0	10730	9886	92,1	13248	17284	130,5
2	ячмінь озимий	718	514	71,6	8897	10382	116,7	4880	5305	108,7
3	ячмінь ярий	3946	3269	82,8	-	-	-	-	-	--
4	овес	66	-	-	84	41	48,8	43	43	100,0
5	соняшник	3457	2722	78,7	3026	2766	91,4	5939	1685	28,4
6	ріпак озимий	-	-	-	1779	1719	96,6	3038	3098	102,0
7	соя	1921	-	-	1921	1921	100,0	-	-	-

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

Товарний асортимент – це сукупність усіх товарних позицій, які пропонує продавець своїм клієнтам. Основними характеристиками товарного асортименту є:

- широта – кількість категорій товарів, що входять до асортименту;
- насиченість – загальна кількість товарних одиниць у межах асортименту;
- глибина – варіативність товарів у межах кожної категорії асортиментної групи;
- гармонійність – ступінь спорідненості товарів із різних асортиментних груп за призначенням, вимогами до організації виробництва, каналами збуту та іншими параметрами.

Ці характеристики визначають різноманітність і ефективність асортименту, допомагаючи адаптувати пропозицію до потреб ринку та споживачів.

Таблиця 2.9

Аналіз товарної пропозиції та структура товарного асортименту

№ п.п	Вид продукції	Обсяг продажу, ц			Обсяг продажу, тис. грн			Приріст	Структу ра
		Роки			Роки				
		2021	2022	2023	2021	2022	2023		
1	Зернові та зернобобові	19462	20309	22632	6560,3	9220,3	8157,6	24,3	54,1
2	Соняшник	2722	2766	1685	2203,5	3261,2	6929,1	214,5	45,9
3	Соя	-	1921	-	-	-	-		
	Всього	22184	24996	24317	8763,8	12481,5	15086,7	172,1	100,0

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

Аналіз даних табл. 2.9 свідчить, що в період із 2021 по 2023 рр. обсяг реалізації зернових і зернобобових культур збільшився на 24,3%. Значний приріст також спостерігався у реалізації соняшнику, яка зросла на 214,5%. Ці показники вказують на позитивну динаміку діяльності підприємства.

Загальний дохід аграрного підприємства від реалізації зернової

продукції зріс на 226% у 2023 р. порівняно з 2021 р. Водночас у натуральних показниках обсяг реалізованої продукції збільшився на 10%. Такі результати свідчать про ефективне використання ресурсного потенціалу та зростання конкурентоспроможності підприємства на ринку.

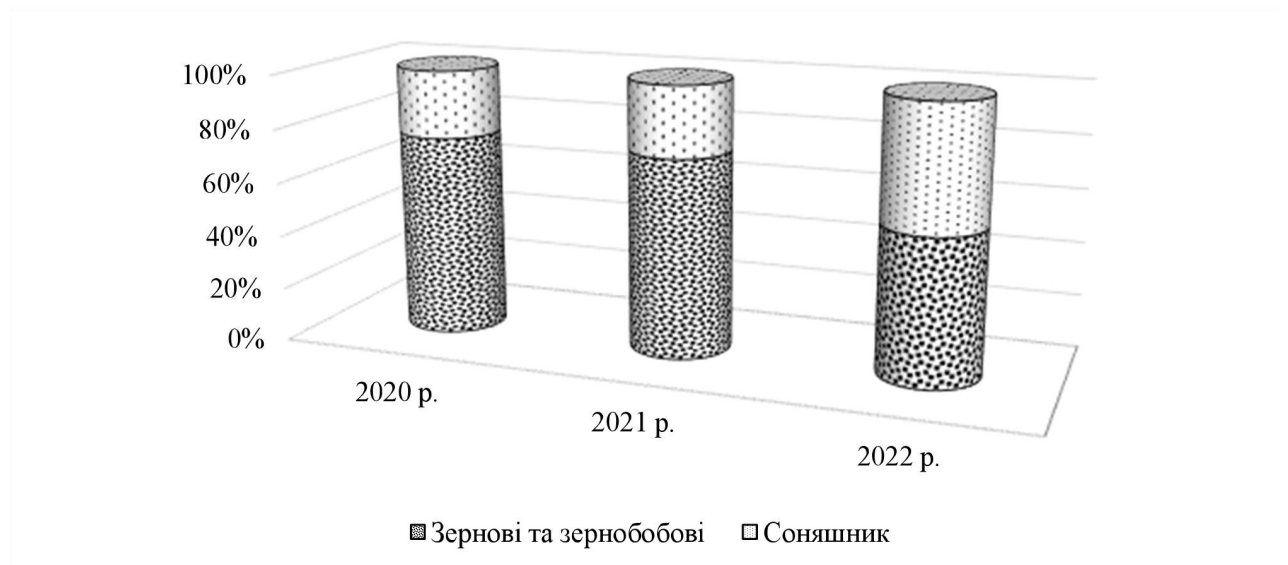


Рис. 2.6. Структура асортименту товарної продукції, %

На основі даних, поданих на рисунку 2.6, видно, що основну частку в структурі номенклатури займають зернові та зернобобові культури, що становить 54,1%. Це підкреслює спеціалізацію аграрного підприємства. Для досягнення оптимальних результатів необхідно збалансувати різні вимоги, враховуючи як потреби виробника, так і замовника.

Цінова політика є ключовим елементом загальної стратегії аграрного підприємства та виконує функції ринкової стратегії. Вона об'єднує стратегічні й тактичні підходи, а також включає встановлення, підтримку й зміну цін на продукцію, що відповідає загальній стратегії компанії та спрямоване на досягнення її цілей. У цьому процесі важливу роль відіграє маркетинг, який організовує діяльність підприємства, орієнтуючись на ринковий попит.

Стратегічні аспекти цінової політики включають договірні дії щодо визначення й коригування цін, що регулюють діяльність виробничо-збутової мережі підприємства та підтримують конкурентоспроможність продукції згідно з цілями компанії. Тактичні аспекти передбачають короткострокові заходи для вирішення проблем, що виникають через раптові зміни ринкових умов, такі як коливання цін або управлінські помилки, які можуть суперечити стратегічним завданням підприємства [27].

Обрані аграрним підприємством стратегічні підходи до цінової політики та способи її впровадження визначаються відповідно до загальної ринкової стратегії. На основі поєднання варіантів ринкової стратегії формується підхід до реалізації цінової політики, зокрема визначення такого рівня цін, який забезпечить підприємству максимальний прибуток.

Серед основних завдань виділяють забезпечення підприємству «нормального прибутку» шляхом встановлення співвідношення між собівартістю продукції та середнім рівнем прибутку, реалізацію «цінової» конкуренції, запровадження методів «нецінової» конкуренції, адаптацію цін до рівня «лідера» або конкурентів, а також підтримання стабільності цін і рентабельності через управління виробничими факторами (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Рівень цін на основні види сільськогосподарської продукції продукції (грн/ц)

Культура	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2023 р. в % до 2021 р.
Зернові та зернобобові	493	695	854	173,2
Соняшник	820	1238	1866	227,6
Соя	792	-	1623	204,9

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

На основі даних, поданих у табл. 2.10, можна дійти висновку, що у період з 2021 по 2023 рр. спостерігалось позитивне зростання цін на основні види сільськогосподарської продукції ПП «Вдячне поле». Зокрема, ціна реалізації

І ц зернових і зернобобових культур зросла на 73%, а вартість соняшника та сої збільшилася більш ніж удвічі. Водночас негативною тенденцією є підвищення собівартості цієї продукції, зумовлене зростанням цін на оборотні засоби (рис. 2.7).

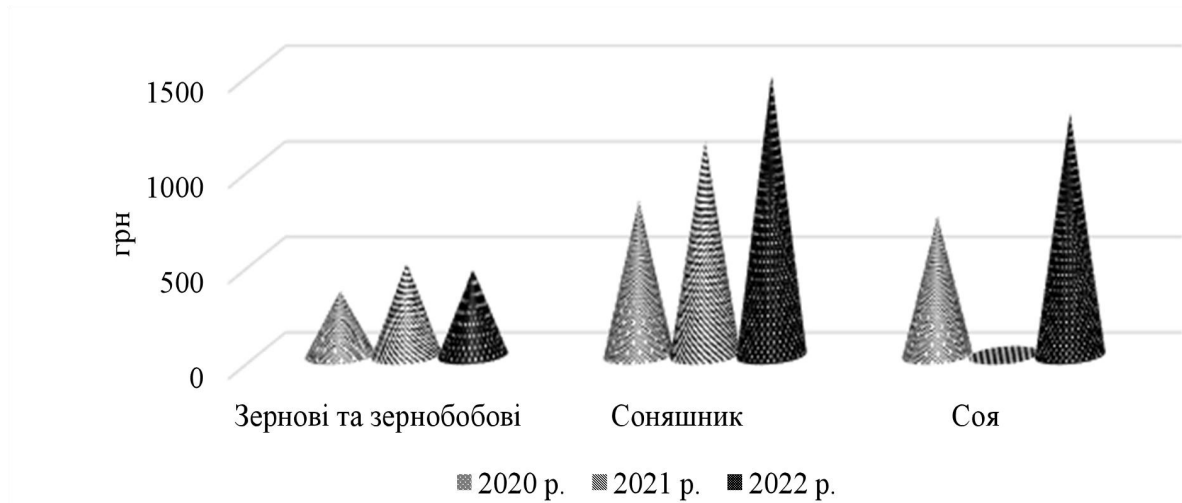


Рис 2.7. Динаміка цін на основні види продукції, грн/ц

Джерело: розрахунки автора

Рівень цін на аграрну продукцію визначається співвідношенням попиту і пропозиції. Однак ринкова ціна часто не покриває витрати на виробництво, що створює ситуацію, коли аграрні підприємства не лише не отримують прибуток, а й зазнають збитків. Зростання інфляції, подорожчання пального, засобів захисту рослин і тварин підвищує витрати аграрних підприємств, що, своєю чергою, впливає на собівартість продукції.

У сучасних умовах ринкової економіки для досягнення успішних результатів діяльності аграрного підприємства необхідно зосередитися на пошуку шляхів зменшення витрат, які впливають на фінансовий результат, не погіршуючи якість продукції. Аналіз собівартості дозволяє оцінити економічну ситуацію на підприємстві та виявити можливості для підвищення ефективності виробництва. Таким чином, собівартість відіграє ключову роль у формуванні прибутковості та рентабельності аграрних підприємств.

Дослідження витрат на виробництво сільськогосподарської продукції представлено у табл. 2.11 та на рис. 2.8.

Таблиця 2.11

Динаміка виробничої собівартості сільськогосподарської продукції,
тис.грн

Культура	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2023 р. в % до 2021 р.
Озима пшениця	3084,7	3015,0	4535,0	147,0
Соняшник	2202,8	2873,0	2308,2	104,8
Ріпак	-	840,4	1325,6	157,7

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

На основі даних із табл. 2.11 можна зробити висновок, що в ПП «Вдячне поле» спостерігається помітна тенденція зростання собівартості продукції. Зокрема, у період з 2021 по 2023 рр. собівартість одного центнера озимої пшениці зросла на 47%, а собівартість одного центнера ріпаку – на 58%.

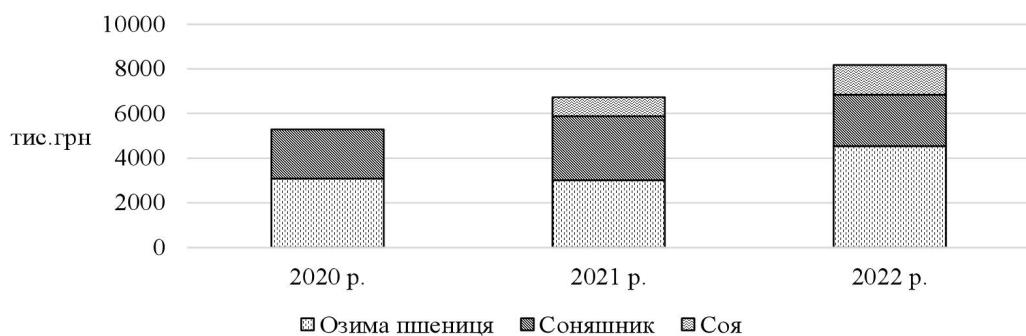


Рис 2.8. Виробнича собівартість сільськогосподарської продукції,
тис.грн

Згідно з даними табл. 2.12, основним каналом реалізації зернових та зернобобових культур є продаж стороннім організаціям, переважно переробним підприємствам і заготівельним пунктам.

Таблиця 2.12

Канали реалізації продукції рослинництва

Продукція	Канали реалізації	2021 р.		2022 р.		2023 р.	
		Сума, тис. грн.	Структура, %	Сума, тис. грн.	Структура, %	Сума, тис. грн.	Структура, %
Зернові і зернобобові	Внутр.розр	32,5	1,3	98,4	1,5	184,6	3,3
	Стороннім організаціям	5208,9	79,4	4625,2	83,1	4123,4	73,0
	Інша реалізація	1253,0	19,1	846,0	15,2	1340,1	23,7
Разом		6560,3	100,0	5565,8	100,0	5648,1	100,0
Соняшник	ТОВ СП «Нібулон»	1588,7	72,1	1840,1	80,9	1728,1	90,5
	Стороннім організаціям	405,5	18,4	279,8	12,3	180,8	9,5
	Інша реалізація	209,3	9,5	154,7	6,8	-	-
Разом		2203,5	100,0	2274,5	100,0	1908,9	100,0

Джерело: розрахунки автора за даними звітів підприємства

Виплати за надані акції складають основну частину внутрішніх нарахувань, які становлять 1,3%. Насіння соняшнику переважно продається ТОВ СП «Нібулон», що є вигідним для підприємства, оскільки урожай реалізується безпосередньо з поля. Наразі підприємство не має складів для зберігання вирощеної продукції.

Кінцевою стадією руху коштів господарюючих суб'єктів є отримання доходу, що формується з реалізації продукції та фінансового результату діяльності аграрного підприємства – прибутку чи збитку. Завершення виробничого процесу підтверджується продажем, який свідчить про доставку продукції до споживача. Для аграрних виробників реалізація є показником відповідності їхньої продукції запитам ринку за якістю, споживчими властивостями, асортиментом і ціною. Реалізація є ключовим показником

діяльності підприємства, що забезпечує основний дохід від продажу продукції, виконання робіт і надання послуг. Дохід підприємства – це фінансові надходження, отримані від цих видів діяльності [34].

До 2018 року ПП «Вдячне поле» спеціалізувалося на вирощуванні томатів, які приносили значний прибуток. Однак застарілі технології та велика чисельність персоналу змусили відмовитися від цієї культури. У зв'язку з сучасними методами виробництва компанія знову пропонує вирощувати помідори, оскільки ця продукція залишається популярною серед роздрібних покупців і переробних підприємств.

Водночас обсяги продажів через ці канали можуть бути нестабільними та непередбачуваними. Для успішного збуту своєї продукції підприємство має визначитися з оптимальним методом продажу (рис. 2.9).

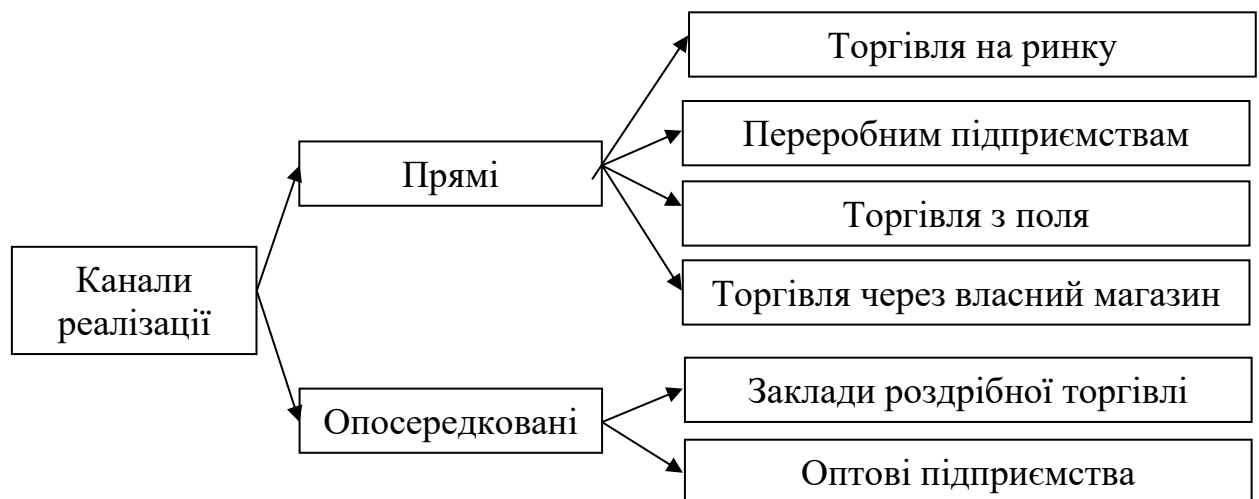


Рис. 2.9. Пропоновані канали реалізації томатів в ПП «Вдячне поле»

Можна виділити три основні методи реалізації продукції. Перший – це прямий метод продажу, коли підприємство напряму продає свою продукцію кінцевим споживачам, не залучаючи посередників. Такий підхід реалізується, наприклад, через відкриття власних роздрібних магазинів. Другий метод – непрямий, передбачає збут продукції через посередників, що означає створення мережі каналів збуту. Третій варіант – інтегрований метод, що поєднує обидва

підходи: підприємство продає продукцію через власні магазини, але також користується послугами посередників.

Комплексний підхід до збуту овочів відкритого ґрунту передбачає використання прямих каналів, таких як торгівля на ринках, продаж переробним підприємствам, реалізація з поля або через власний магазин. Наприклад, організація ринкової торгівлі в місті може включати продаж продукції безпосередньо з транспортних засобів. Налагоджені довгострокові відносини з переробними підприємствами дозволяють забезпечити постійний канал збуту та стабільність реалізації продукції.

Досвід успішних аграрних підприємств з провідних країн свідчить, що прямий маркетинг є ефективним методом продажу сільськогосподарської продукції. Ця бізнес-модель набуває популярності як за кордоном, так і в Україні. Прямий маркетинг базується на недорогих рекламних заходах, таких як придорожні стенди, продажі на місцях, електронна пошта чи звичайна пошта. Переваги цього методу включають економію витрат на оплату праці, пакування, сортування та можливість працювати без відриву від основної діяльності. Він не потребує значних інвестицій у обладнання чи офісне приміщення, що робить його доступним і перспективним для аграрних підприємств України.

Варто підкреслити, що прямий метод реалізації власної продукції істотно знижує витрати на збут і мінімізує кількість проміжних етапів. Значущим фактором є фізичне розташування продукції поблизу місць продажу. Наприклад, придорожня реклама, встановлена на узбіччі дороги, може вказувати шлях до поля, а також надавати інформацію про вартість продукції. Такий підхід має сезонний характер і залежить від періоду збору врожаю кожної окремої культури [44].

Завдяки зручному географічному розташуванню приватне підприємство «Вдячне поле» може ефективно впровадити цей спосіб реалізації. У зв'язку з відсутністю на підприємстві умов для тривалого зберігання овочів, під час масового дозрівання продукції постає питання її оперативної реалізації. Продаж прямо з поля дозволяє покупцям самостійно збирати продукцію та купувати її за вигіднішою ціною. Такий підхід

забезпечує господарству збут продукції, а економія на транспортних витратах та оплаті праці компенсує зниження вартості товару. Для рекламування подібних заходів можна використовувати: повідомлення в місцях продажу; зовнішню рекламу; медіарекламу; інформацію на веб-сайті підприємства.

Друкована реклама залишається одним із найпопулярніших і дієвих способів поширення інформації завдяки своїй оперативності, можливості повторного використання та широкому охопленню аудиторії. Газетна реклама включає різноманітні оголошення та матеріали, опубліковані в періодичних виданнях. Наприклад, рекламно-інформаційний тижневик «Український агропромисловий довідник, журнал розміщення реклами.info» друкується в різних регіонах України з тиражем 29 тисяч екземплярів щотижня. Вартість рекламних оголошень у цьому журналі варіюється від 400 до 800 гривень, залежно від розміру тексту та місця розташування.

Оголошення, розміщені в магазинах, повідомлятимуть покупців про проведення «Днів поля» – подій, присвячених збору врожаю, цінам та умовам оплати. Рекламні кампанії для агропромислових підприємств знайомитимуть споживачів із діяльністю господарства та його продукцією. Як альтернативу зовнішній рекламі можна використовувати білборди, наприклад, на трасі Кропивницький–Миколаїв за 8 км від підприємства, з пропускною здатністю 11 200 автомобілів на день. Інформація на білборді може включати відомості про продукцію, методи виробництва та можливість покупки з поля. Згідно з даними рекламної агенції «Арт-лайт», вартість такої реклами становить від 2000 гривень на місяць.

До непрямих каналів збуту овочів, вирощених на відкритому ґрунті, належать роздрібні та оптові торгівельні мережі. До роздрібних точок входять супермаркети «Екомаркет» і «Фуршет» у Кропивницькому, а також заклади громадського харчування. Оптовий збут забезпечується через продовольчі бази та сільськогосподарські ринки.

Однією з основних проблем сільського господарства є недостатня якість овочів, що вирощуються у відкритому ґрунті, яка залежить від

своєчасності збирання врожаю. В період масового дозрівання особливо важливо залучати сезонних працівників для прискорення збору. У разі сприятливих погодних умов господарство може наймати додаткову робочу силу на платній основі для швидкого збирання врожаю.

2.3. Удосконалення системи реалізації сільськогосподарської продукції у господарстві

Ефективна та результативна система організації виробництва й збуту сільськогосподарської продукції має стати відповіддю агропродовольчих господарств на сучасні виклики, які виникають у зв'язку з реформуванням економічних відносин та розвитком ринкових структур. Зміни в організації інституційних структур повинні сприяти формуванню товарних ринків та адаптації агропродовольчих господарств до нових ринкових умов. У цьому контексті важливу роль відіграють організаційні структури, що відповідають за управління маркетингом. Розробка підходів до їх створення має враховувати специфіку діяльності кожного господарства. Крім того, недостатня розвиненість інформаційної складової та ринкової інфраструктури сільськогосподарської продукції суттєво ускладнює роботу маркетологів, що негативно впливає на розвиток аграрного маркетингу.

Маркетингова система в агропродовольчому секторі, як для малих, так і для середніх і великих господарств, має виконувати такі завдання:

- сприяти формуванню стратегічного мислення у керівників та менеджерів, орієнтованого на перспективи ринкового розвитку;
- розробляти нові напрямки діяльності та впроваджувати інноваційні концепції;
- знижувати ризики при освоєнні нових ринків збуту.

У сучасних умовах господарювання система маркетингу в агропродовольчій сфері потребує суттєвих змін. Це можливо через підвищення ринкової орієнтації керівництва, що забезпечить виробництво

продукції, яка відповідає потребам споживачів, зокрема в сфері переробки рослинницької продукції. Також необхідно вдосконалювати функціональні аспекти маркетингової діяльності, що включає аналіз ринкової кон'юнктури, складання маркетингових планів і впровадження інформаційних систем для маркетингу.

У господарствах маркетингова діяльність організовується через створення відповідної управлінської структури, підбір кваліфікованих спеціалістів, визначення прав, обов'язків і відповідальності, а також налагодження взаємодії між маркетинговим відділом та іншими підрозділами підприємства. Структура управління маркетингом може базуватися на функціональному, функціонально-ринковому або функціонально-товарному підході. Вибір моделі залежить від масштабів і спеціалізації господарства, обсягу виробництва, включно з рослинницькою продукцією та її переробкою, фінансового стану та територіального розташування, а також інших факторів [43].

Роль стратегічного маркетингу в управлінні господарством визначається з урахуванням корпоративної місії та встановлених бізнес-цілей. Функціональні стратегії формуються на основі переліку послуг, які забезпечують організаційну діяльність підприємства. Стратегічний маркетинг охоплює етапи маркетингового планування, встановлення цілей та розробку відповідних стратегій [41].

Деякі господарства обмежують стратегічний підхід лише управлінським рівнем, однак для досягнення успіху необхідно, щоб стратегія базувалася на глибокому розумінні ринку. Реалізація стратегії вимагає ретельного планування виходу на ринок, розробки політики збуту, ціноутворення та рекламних заходів. Ефективне впровадження маркетингової стратегії передбачає залучення всіх рівнів підприємства до стратегічного процесу.

На початковому етапі створення маркетингової стратегії проводиться визначення складових стратегічних зон господарювання (СЗГ), які мають

перспективу розвитку для підприємства. На цьому етапі аналіз здійснюється незалежно від поточної діяльності. Після ідентифікації ключових СЗГ формуються стратегічні господарські підрозділи (СГП), що є автономними структурними одиницями. Вони відповідають за впровадження маркетингової стратегії в межах конкретної економічної зони, реалізацію програм і досягнення результатів маркетингової діяльності. Характерні ознаки СГП включають: визначений цільовий ринок, власну маркетингову стратегію, менеджера з маркетингу, чітко визначених конкурентів, власні ресурси і конкурентні переваги.

На наступному етапі відбувається оцінка привабливості кожної СЗГ та визначення цільової групи клієнтів. Після цього розробляються маркетингові інструменти, такі як продукт, ціна, канали збуту та засоби стимулювання продажів. Ці елементи формують основу маркетингової стратегії. Комплекс маркетингу передбачає оптимальний вибір параметрів продукту, цінової політики, способів реалізації та заходів для стимулювання збуту з метою максимально ефективного задоволення потреб клієнтів.

Ідентифікація потенційної аудиторії тісно пов'язана з видами пропонованих товарів і послуг. Важливо визначити основні та супутні товари і послуги, які сприяють повному задоволенню потреб клієнтів. Ціноутворення в інтегрованому маркетингу базується на визначенні вартості, яку готові сплатити споживачі. Для цього необхідна інформація про собівартість, ринкову ціну товару і пропозиції конкурентів. Крім того, слід розробити систему знижок або інших вигідних умов для споживачів.

Визначивши цільовий ринок, який може включати групи клієнтів за регіональною приналежністю, віковими характеристиками чи рівнем доходу, важливо забезпечити конкурентоспроможність ціни продукції у порівнянні з аналогічними товарами, представленими іншими компаніями на цьому ринку. У випадку, коли індивідуальні замовлення приносять високий прибуток, можна запропонувати знижки на популярні продукти, щоб залучити більше покупців. Таким чином, ціноутворення напряму впливає на прибутковість

підприємства і є важливим етапом, що враховує специфіку обраного цільового ринку. Після створення товару та встановлення його ціни важливо донести цю інформацію до потенційних клієнтів.

Серед основних методів рекламного стимулювання продажів можна виокремити: розробку бюджету на рекламу, створення бази контактів клієнтів, вибір медіаканалів, пряму поштову рекламу, розробку рекламного бізнес-плану, співпрацю з рекламними агентствами, написання текстів оголошень, складання звернень та реалізацію рекламної кампанії. До нерекламних методів належать: робота у відділах продажів, функціонування мереж офісів, діяльність торгових представників, відкриття філій, оформлення торгових приміщень, публікація інформації у довідниках, індивідуальні консультації клієнтів, а також організація до- та післяпродажного обслуговування. Не менш важливим є контроль якості товарів і послуг.

Після успішного зацікавлення покупців у придбанні продукції постає завдання організації реалізації, яке є важливою складовою маркетингової діяльності.

Компанія може використовувати різні підходи для взаємодії зі споживачами. По-перше, це безпосередній візит до клієнта; по-друге, створення умов, за яких споживач самостійно знайде товар; по-третє, залучення посередників; по-четверте, розширення на експортні ринки; по-п'яте, реалізація продукції через мережі магазинів та регіональних агентів, які працюють на комісійній основі. Продажі виступають ключовим інструментом для забезпечення потреб цільового ринку. У рамках маркетингової діяльності вони включають канали комунікації між компанією та покупцями, а також організацію матеріальної підтримки торговельних операцій. Після визначення комплексу маркетингових дій компанія має розробити альтернативні стратегії для досягнення поставлених цілей.

Після аналізу можливих варіантів обирається найбільш підходяща стратегія. Розробка маркетингової стратегії базується на аналізі вхідних і

вихідних факторів. До вхідних належать чинники маркетингового середовища, такі як конкурентоспроможність компанії, її маркетингові можливості, а також визначені цілі, наприклад, збільшення продажів, розширення частки ринку чи підвищення прибутковості. Вихідні елементи стратегії включають рішення щодо маркетинг-міксу, який складається з чотирьох основних компонентів: продукт (асортимент, якість, упаковка, бренд), ціна (стратегія і рівень), реалізація (канали збуту та системи продажу) та просування (реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, персональні продажі).

При створенні маркетингових стратегій важливо враховувати відповідність цілей компанії її можливостям та напрямкам розвитку. Основними стратегіями зростання є:

- стратегія інтенсивного (органічного) зростання;
- стратегія диверсифікації;
- стратегія інтеграційного зростання.

На основі цих рекомендацій можна виділити три основні стратегії маркетингового зростання, що спрямовані на розширення діяльності компанії та збільшення обсягів продажів і прибутку: інтенсивне, диверсифікаційне та інтеграційне зростання. Такі стратегії застосовуються за умов роботи на перспективних ринках, наявності конкурентних переваг або здатності компанії ефективно використовувати ключові фактори успіху.

Інтенсивне (органічне) зростання полягає у збільшенні продажів, частки ринку та прибутковості за рахунок активного використання наявних ресурсів. Ефективне впровадження маркетингових служб у агропродовольчих господарствах України базується на сучасних підходах до маркетингу. Наразі виділяють три основні форми реалізації цієї діяльності.

Перша форма передбачає епізодичне використання маркетингових інструментів керівниками або спеціалістами компаній. До таких інструментів належать пошук покупців, реклама, зв'язки з громадськістю, аналіз цін на аналогічну продукцію в регіоні чи країні. Цей підхід доцільний для

невеликих компаній, які мають стабільне фінансове становище та довго працюють на ринку. Рекомендується залучення консультацій з питань маркетингу.

Друга форма стосується періодичного використання маркетингових методів у структурних підрозділах компанії. Вона підходить для середніх і великих компаній, які діють незалежно і не ставлять динамічний розвиток як стратегічну мету. У таких організаціях маркетингові інструменти використовуються спорадично, і це може бути впорядковано двома способами: запровадженням обов'язкових маркетингових функцій у кожному підрозділі або створенням спеціального відділу для збору, аналізу та використання маркетингової інформації.

Третя форма інтегрує маркетинг у загальну систему управління компанією, роблячи його невід'ємною частиною стратегії розвитку. Це передбачає постійне використання широкого спектра маркетингових інструментів для досягнення стратегічних цілей і підвищення конкурентоспроможності.

Застосування цієї моделі є обґрунтованим з економічної точки зору за умов, коли результати діяльності компанії суттєво залежать від зовнішніх факторів, а стратегічною метою є активний розвиток бізнесу. У маркетинговій діяльності можна виділити два підходи. Перший передбачає, що функції маркетингу виконуються маркетинговим відділом, але його принципи та завдання чітко пояснюються всім співробітникам. Другий підхід полягає в інтеграції маркетингових функцій у роботу всіх працівників компанії в межах їхніх обов'язків.

Для реалізації такого підходу до маркетингу слід проводити регулярні тренінги для співробітників. Керівництво компанії повинно мати глибокі знання в галузі маркетингу, періодично підвищувати кваліфікацію, використовуючи досвід консалтингових і маркетингових агентств, взаємодіяти з клієнтами та партнерами, а також активно відстежувати інформацію в галузевих виданнях.

Розвиток маркетингової системи в агропродовольчих компаніях може відбуватися такими шляхами:

- у великих і середніх компаніях – шляхом створення окремого підрозділу з маркетингу;
- у малих аграрних господарствах – через залучення зовнішніх консультаційних послуг незалежних консалтингових компаній;
- у середніх і великих підприємствах – організацією власної маркетингової служби.

На схемі (рис. 2.10) представлено можливий варіант структури управління маркетинговою діяльністю агропродовольчого підприємства.



Рис. 2.10. Організаційна структура управління маркетингом в ПП «Вдячне поле»

Запровадження маркетингового підрозділу в агропродовольчих господарствах має враховувати специфіку їх діяльності, включно зі спеціалізацією. Формуючи маркетингову службу, важливо забезпечити її спрямованість на досягнення ключових цілей: задоволення потреб споживачів, отримання прибутку від маркетингової діяльності та збільшення обсягів реалізації продукції.

Організаційна структура маркетингового підрозділу у харчовій промисловості та агропродовольчих господарствах може будуватися на

основі чотирьох підходів: орієнтації на ринки (споживацькі категорії) та регіони, функції, товари. Цей підрозділ повинен забезпечувати відповідність діяльності підприємства вимогам зовнішнього середовища, а також виконувати завдання, пов'язані з формуванням цінової політики та класифікацією продукції. Головними завданнями підрозділу є орієнтація на споживача, систематичний аналіз його потреб, моніторинг конкурентів, визначення їх сильних та слабких сторін і використання цієї інформації для вдосконалення діяльності підприємства [18].

Керівник підрозділу маркетингу та продажів повинен забезпечити вдосконалення основної маркетингової стратегії, контролювати діяльність компанії на ринку, а також координувати роботу фахівців як всередині відділу, так і з іншими структурними підрозділами. До основних показників ефективності маркетингової системи можна віднести: стабільну частку ринку, постійний обсяг реалізованої продукції, оптимальну структуру торговельної мережі, ритмічне виробництво товарів і своєчасне постачання сировини. Контроль цих параметрів є ключовим інструментом для підтримання конкурентоспроможності компанії та вдосконалення роботи маркетингового відділу.

Зміни в цих показниках свідчать про дисбаланс між можливостями компанії та умовами зовнішнього середовища. Підрозділ маркетингу, виконуючи функцію замовника для виробничих підрозділів, повинен мати чітко визначені принципи взаємодії. Ключовими аспектами діяльності маркетингу є якість, ціна, асортимент, упаковка, графік доставки, транспортні контейнери та рівень запасів готової продукції. Координація між відділами має відбуватися не лише на рівні керівництва, але й між працівниками, включаючи продавців, технологів і маркетологів. Маркетологи є ключовими учасниками як на початку, так і наприкінці виробничого процесу, допомагаючи формувати товар відповідно до очікувань клієнтів.

З точки зору управління, у постановці цілей і завдань компанії пріоритет має надаватися ринковим аспектам, а всі ресурси повинні бути спрямовані на задоволення потреб клієнтів. Важливо, щоб всі обов'язки, функції та відповідальність персоналу у сферах маркетингу та продажів були чітко прописані у посадових інструкціях.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

3.1. Напрями підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу виробництва сільськогосподарської продукції

На сьогоднішній день сільськогосподарські підприємства гостро потребують якісного та економічно обґрунтованого плану розвитку наявних ресурсів для ефективної господарської діяльності на конкурентній основі. В умовах обмежених фінансових ресурсів підприємства змушені організовувати свою діяльність таким чином, щоб отримувати максимальний прибуток за мінімальних витрат. Аналіз свідчить, що більшість аграрних господарств наразі неспроможні забезпечити навіть мінімальне відтворення свого ресурсного потенціалу.

Для сучасних агровиробників особливо актуальними є проблеми, пов'язані з дефіцитом окремих видів ресурсів, їх недостатньою якістю, а також дисбалансом у структурі та взаємодії ресурсів. Такі фактори сповільнюють економічний розвиток сільського господарства. Тривале неповне використання потенціалу сільськогосподарського виробництва створює бар'єри для вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем агропромислового комплексу. Підвищення рентабельності сільськогосподарського виробництва і забезпечення продовольчої безпеки держави в значній мірі залежить від рівня ефективності використання ресурсів, їх відновлення та оптимального розвитку [45].

Однією з особливостей сучасної підприємницької діяльності в аграрному секторі є зниження кількісного, якісного та структурного потенціалу ресурсів. Це значною мірою пов'язано з втратою значних обсягів ресурсів через процеси трансформації сільського господарства та кризові явища в національній економіці. Основним завданням для аграріїв сьогодні є підвищення ефективності використання ресурсів, що дозволяє досягти більшої віддачі від кожної одиниці витрат, оптимізувати структуру виробництва та забезпечити його ефективність. Для цього важливо забезпечити збалансоване планування, використання, облік і контроль ресурсного потенціалу. Формування такого потенціалу – це процес виявлення перспектив, що можуть підвищити конкурентоспроможність сільського господарства та визначення необхідних для цього ресурсів.

Рациональне використання ресурсного потенціалу у виробництві вимагає залучення всіх доступних і наявних ресурсів. З урахуванням динамічного розвитку аграрного сектора, трудові ресурси залишаються актуальними, особливо під час створення нових продуктів. Планомірне та ефективне використання ресурсного потенціалу сприяє підвищенню продуктивності праці на всіх етапах виробничого процесу. Крім традиційних показників, таких як співвідношення доходів і витрат, ефективність у складі агропромислового комплексу оцінюється також за показниками збереження та відновлення ресурсів [26].

Ефективна організація діяльності аграрних підприємств повинна базуватися на стратегічному підході до управління. Практичний досвід свідчить, що такий підхід сприяє не лише розвитку та вдосконаленню ресурсного потенціалу, але й його раціональному використанню. Враховуючи специфіку аграрної галузі, доцільно виділити основні принципи, які забезпечують ефективне використання ресурсів: вдосконалення та визначення цілей, оптимізація структури використання ресурсів, економічна доцільність, екологічна відповідальність, а також стратегічне управління [31].

Принцип оптимізації структури ресурсного потенціалу передбачає збалансоване співвідношення кількісних і якісних показників ресурсів. Це дозволяє максимально розкрити потенціал кожної складової, створюючи синергетичний ефект, коли ефективність однієї складової сприяє підвищенню результативності всієї системи. Зокрема, для забезпечення безперервності агротехнічних заходів необхідно враховувати земельні, матеріально-технічні та трудові ресурси. Рівень забезпечення підприємств технікою, матеріалами та працівниками суттєво впливає на своєчасність і ефективність виробничих процесів. Ресурси повинні бути організовані таким чином, щоб досягати оптимального рівня виробництва та забезпечувати прибутковість.

Принцип вдосконалення ресурсного потенціалу реалізується через кілька ключових напрямків. По-перше, це розвиток людських ресурсів шляхом підвищення кваліфікації персоналу, перепідготовки кадрів, модернізації технічного парку відповідно до сучасних стандартів, організації профорієнтаційних заходів та впровадження методів поліпшення стану ґрунтів. По-друге, вдосконалення технологій є важливим аспектом, що забезпечує більш ефективне використання ресурсів у сільськогосподарському виробництві.

Впровадження інноваційних технологій у сільське господарство дозволяє зберігати ресурси, досягати високої врожайності культур і сприяти продуктивному розвитку тваринництва. Принцип цільового використання ресурсів передбачає їх ефективне застосування за призначенням. Проблемою є те, що обладнання часто використовується неефективно через його нестачу, що обмежує можливості працівників виконувати свої обов'язки належним чином. Дотримання цього принципу сприяє підвищенню продуктивності праці, ефективності використання фондів і зростанню врожайності. У будь-якій сфері, включаючи сільське господарство, важливим залишається принцип економії ресурсів, що базується на законі «обмеженості ресурсів» [24].

Дотримання зазначених принципів забезпечує досягнення високих результатів за умови збереження та раціонального використання ресурсного потенціалу. Сучасні дослідження свідчать, що підвищення ефективності використання ресурсів у сільському господарстві неможливе без впровадження інноваційних інформаційних технологій. До таких технологій належать спеціалізовані інформаційні системи для збору та аналізу даних про агропромислові процеси, розподілені бази даних, автоматизовані робочі місця менеджерів, економіко-математичні моделі, програмне забезпечення для прийняття управлінських рішень і сучасні комп'ютерні технології обміну інформацією [44].

Інноваційний потенціал є ключовим елементом у структурі ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств і має розглядатися як стратегічний фактор, що визначає їхню ефективність та результативність. У аграрному секторі важливо впроваджувати сучасні досягнення науково-технічного прогресу, особливо в таких інноваційних напрямках, як економічний, організаційний, технічний, агротехнічний та інших (рис. 3.1).

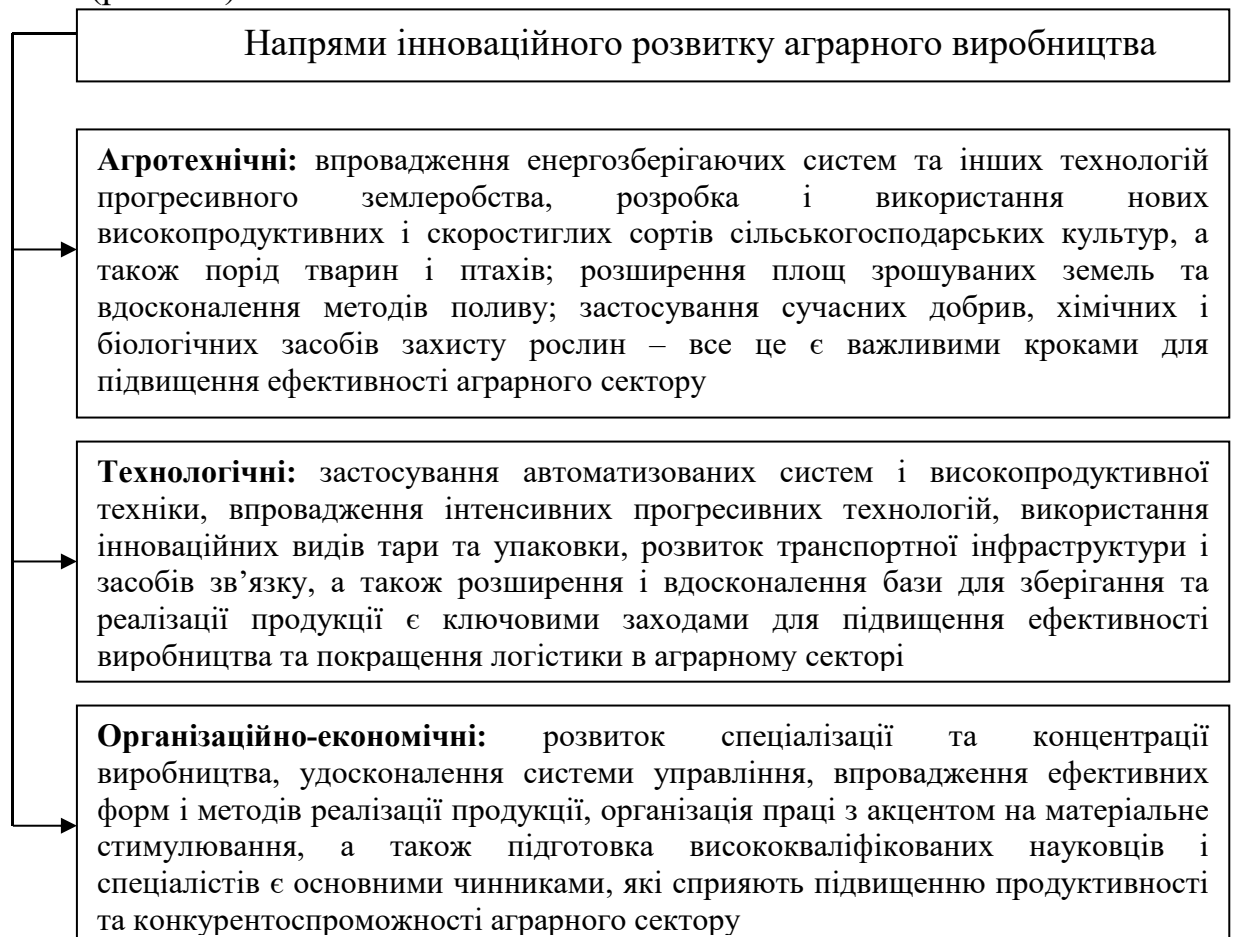


Рис. 3.1. Основні напрями розвитку аграрного виробництва на інноваційній основі

Аграрним підприємствам варто приділяти особливу увагу реалізації заходів, спрямованих на розширення масштабів їхньої діяльності та вдосконалення структури власного капіталу.

Ключові напрями оптимізації забезпеченості аграрного сектору капіталом включають:

- розробку та впровадження ефективних управлінських рішень для максимізації капіталу;
- орієнтацію на виробництво конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції та оптимальне використання ресурсного потенціалу;
- поліпшення організації інтеграційних процесів у сільському господарстві;
- збільшення фінансування від переробних компаній через укладення угод про купівлю-продаж продукції;
- удосконалення механізмів пільгового кредитування та податкової системи для аграріїв;
- оптимізацію державного регулювання в аграрному секторі.

Отже, для підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу сільського господарства необхідно запровадити збалансовану державну політику підтримки аграріїв та забезпечити впровадження перелічених заходів сільськогосподарськими підприємствами.

3.2. Модель стратегічного формування та управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств

Ефективний розвиток ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств можна досягти шляхом застосування комплексного підходу до управління його складовими елементами. Основою цього підходу є визначення ключових стратегій, що сприяють впорядкуванню та оптимізації системи стратегічного планування і розвитку. Враховуючи нестабільність зовнішнього середовища, виникає необхідність створення потужної стратегічної бази, яка допоможе подолати кризові явища в діяльності підприємств і стане основою для подальшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності [47].

Стратегічне планування для сільськогосподарських підприємств передбачає такі завдання:

- аналіз та планування використання наявних ресурсів із визначенням їх оптимальних комбінацій;
- пошук нових можливостей розвитку з урахуванням поточного потенціалу;
- створення унікальних компетенцій підприємства та його спеціалістів.

Процес стратегічного розвитку має розпочинатися з формування організаційного механізму, який поєднує форми, структури, методи й засоби управління для досягнення спільних цілей і забезпечення ефективності впровадження стратегій.

До ключових складових цього механізму належать принципи, цілі, функції, методи управління, інформаційні ресурси, технічні засоби, організаційна структура та технології. Організаційний механізм забезпечує узгоджене виконання управлінських функцій і сприяє реалізації стратегій у рамках управлінського циклу.

Планування охоплює визначення напрямів розвитку підприємства, формування його структури, організацію діяльності та вибір відповідних засобів для підвищення стратегічного потенціалу, а також обґрунтування його майбутніх характеристик. Функція організації забезпечує здійснення процесів, необхідних для формування стратегічного потенціалу, створення

його структури і відповідних умов для впровадження. У свою чергу, мотиваційна складова стимулює розвиток персоналу сільськогосподарських підприємств, сприяє розкриттю інноваційного потенціалу працівників і їхньому зацікавленню в досягненні завдань, пов'язаних із формуванням стратегічного потенціалу.

Контрольна функція дозволяє оцінити ефективність створення стратегічного потенціалу шляхом порівняння запланованих і фактичних показників. Тому стратегія розвитку ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств має базуватися на наявних ресурсах і враховувати особливості розвитку господарства. В процесі розробки стратегій використовуються основні принципи стратегічного управління, а також загальнонаукові методи. При цьому доцільним є застосування принципу домінантності, який дозволяє визначити ключові компоненти ресурсного потенціалу, оцінити їх пропорційність та взаємозв'язок.

На основі цього формується загальна модель стратегічного управління ресурсним потенціалом, адаптована до умов ринкової економіки (рис. 3.2).

На рис. 3.2 представлена загальна модель, яка деталізує процес формування та управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств. Ця модель сприяє виробництву конкурентоспроможної аграрної продукції та забезпечує стратегічний розвиток, базуючись на функціональних елементах управлінського процесу, що підвищує ефективність виконання ключових завдань. Головною основою для побудови такої моделі є орієнтація аграрних підприємств на перспективний розвиток.

Сучасні аграрні підприємства часто функціонують на основі короткострокової оренди землі (1-3 роки), що знижує необхідність у довгостроковому стратегічному плануванні. Водночас саме стратегічне планування може забезпечити підприємству конкурентну перевагу на ринку, а чітко визначена структура ресурсного потенціалу дозволяє адаптувати відповідну стратегію, наприклад, стратегію концентрованого або інтегрованого зростання, диверсифікації чи скорочення. Модель виступає

інструментом для формування шляхів розвитку аграрного господарства, створюючи необхідні умови для ефективної реалізації обраної стратегії.

Кожне сільськогосподарське підприємство повинно самостійно визначати стратегію розвитку, враховуючи умови своєї діяльності та наявний ресурсний потенціал.



Рис. 3.2. Типова модель стратегічного формування та управління ресурсним потенціалом аграрного підприємства

Серед широкого спектра стратегій, описаних в економічній науці,

найефективнішими з точки зору продуктивності є стратегії зростання виробничого потенціалу, стабілізації та інноваційного розвитку. Вибір конкретної стратегії повинен базуватися на об'єктивній оцінці потенціалу господарства. Використання однієї й тієї самої стратегії у різних умовах має бути економічно обґрунтованим і відповідати особливостям конкретного підприємства.

3.3. Взаємозв'язок управління виробництвом у регулюванні збуту сільськогосподарської продукції

Для з'ясування сутності збутової політики варто розглянути такі поняття, як збут, збутова політика та збутова діяльність у контексті їх економічної природи. Збут включає в себе низку процедур, спрямованих на просування готової продукції на ринок: обробку замовлень, підготовку продукції до відправлення, формування попиту, завантаження товару, його транспортування до місця призначення, а також організацію розрахунків із клієнтами, що включає визначення умов оплати та виконання відповідних процедур.

Збутова політика охоплює взаємопов'язані аспекти збутової діяльності, які спрямовані на задоволення потреб клієнтів шляхом ефективного використання збутового потенціалу підприємства, що забезпечує результативність продажів.

Основна мета збуту полягає в задоволенні платоспроможного попиту споживачів, що дозволяє підприємству отримувати прибуток. Збутова політика підприємства визначає принципи, заходи та методи, що використовуються для організації та управління збутовою діяльністю з метою забезпечення ефективної реалізації продукції на обраних ринках.

Головним завданням збутової політики є максимальне задоволення попиту клієнтів конкурентоспроможними товарами, що сприяє досягненню стабільного прибутку як у короткостроковій, так і довгостроковій перспективі. Це також включає формування позитивного іміджу компанії на ринку та її визнання з боку споживачів. Розробка збутової політики

передбачає аналіз можливих підходів до організації збуту та вибір оптимальних варіантів, які забезпечують найкраще задоволення потреб покупців і високі результати господарської діяльності підприємства [46].

Збутова політика підприємства – це комплекс управлінських рішень, спрямованих на реалізацію обраних стратегій і досягнення максимальної ефективності в процесі продажу продукції. Вона орієнтована як на розвиток вже існуючих ринків, так і на пошук нових, із метою підвищення конкурентоспроможності компанії. Основними завданнями збутової політики є:

- отримання прибутку як у поточному періоді, так і в перспективі;
- задоволення потреб покупців на максимально високому рівні;
- забезпечення довгострокової стабільності компанії на ринку та її конкурентоспроможності;
- створення та підтримка позитивного іміджу компанії серед споживачів і суспільства.

Ефективна збутова політика має враховувати необхідність регулярного оновлення асортименту та розширення вибору товарів і послуг [35].

Збут, як ключова складова маркетингової діяльності, охоплює всі процеси, пов'язані з виробництвом, реалізацією та доставкою продукції до кінцевого споживача. Його основною метою є повернення вкладених коштів та отримання прибутку. Щоб забезпечити доступність товарів для покупців, слід:

- аналізувати потреби цільового ринку та визначати його потенційну ємність;
- вибирати найбільш ефективні канали збуту;
- організовувати швидку та якісну доставку продукції клієнтам [68].

Таким чином, добре спланована збутова політика є важливим інструментом для досягнення успіху компанії на конкурентному ринку.

Збут у прямому значенні охоплює всі операції, які починаються з моменту виходу товару за межі підприємства і тривають до передачі його

кінцевому покупцеві. У вузькому значенні збут стосується виключно укладення остаточного договору між продавцем і покупцем.

Процес збуту є ключовим елементом маркетингової діяльності підприємства. Саме на цьому етапі товар виходить на ринок, продається, і підприємство отримує прибуток, компенсуючи понесені витрати. Лише після продажу продукції та отримання прибутку капітал, вкладений у виробництво, повертається у грошовій формі, що є фінальною метою діяльності.

У більш широкому значенні збут включає комплекс взаємопов'язаних дій: аналіз попиту, встановлення контактів із клієнтами, укладення угод на поставку, формування замовлень, організацію виробництва, приймання, маркування, пакування продукції, а також оптимізацію шляхів її розподілу та організації товарообігу. У маркетинговому контексті збут відіграє кілька важливих ролей:

- забезпечує кінцевий результат зусиль підприємства, спрямованих на отримання прибутку;
- адаптує збутову мережу до потреб покупців, впливаючи на клієнтів та підвищуючи конкурентоспроможність;
- включає додаткову підготовку продукції (упаковку, фасування, сортування) перед продажем;
- дозволяє аналізувати вподобання та смаки споживачів, що є цінною інформацією для подальшої діяльності [21].

Основні функції збутової політики підприємства включають:

- аналіз попиту покупців і їхніх вимог до асортименту та якості продукції;
- встановлення співпраці з клієнтами для укладання угод на постачання;
- створення ринку збуту, формування портфеля замовлень, оптимізацію завантаження виробничих потужностей, а також оформлення документів, необхідних для транспортування та поставки продукції;
- організацію своєчасного та повного продажу товарів відповідно до умов договорів;

- підвищення ефективності торговельної діяльності шляхом зменшення витрат і прискорення товарообігу;
- оптимізацію роботи складів готової продукції, ефективне використання складських приміщень та обладнання.

Ключова функція збуту полягає у забезпеченні доставки продукції від виробника до кінцевого споживача. Це передбачає організацію швидкого товарообігу з мінімальними витратами, пошук оптимальних способів розподілу і методів продажу. Виконання цих функцій здійснюється відповідними збутовими підрозділами, які формуються за функціональними, ринковими, товарними чи іншими ознаками [18].

Основні функції збуту включають складування, транспортування, доробку, зберігання продукції, а також її просування до оптових і роздрібних точок реалізації.

Перелік функцій збуту:

1. Транспортування – забезпечення доставки продукції від місця її виробництва або зберігання до кінцевого споживача.
2. Розподіл – організація доступності товарів у потрібній формі та кількості відповідно до вимог клієнтів.
3. Зберігання – підтримка належної якості продукції до моменту її продажу або використання.
4. Сортування – формування комплектів або адаптація продукції до умов споживання.
5. Встановлення контакту – дії, спрямовані на полегшення доступу до різних груп клієнтів.
6. Інформування – збір та надання інформації щодо потреб ринку та умов конкуренції.

Окрім основних завдань, збут може включати надання додаткових послуг клієнтам. Це може бути обумовлено близькістю до клієнта, зручністю графіка роботи, оперативністю доставки, обслуговуванням і гарантіями.

Збутова політика визначає загальний підхід підприємства до організації шляхів розподілу та переміщення продукції у часі й просторі. Вона включає комплекс заходів, спрямованих на ефективне забезпечення товарообігу. Основні елементи збутової політики зображені на рис. 3.3.



Рис. 3.3. Основні елементи збутової політики

Джерело: [41]

Транспортування товару передбачає його переміщення від виробника до споживача. Під доробкою товару розуміють такі дії, як сортування, пакування, комплектування тощо, що сприяють збільшенню доступності та готовності продукції для покупця. Зберігання товару включає створення і підтримання необхідного обсягу запасів. Контакти з клієнтами охоплюють фізичну передачу продукції, обробку замовлень, організацію надійних розрахунково-платіжних операцій, юридичне оформлення передачі прав власності, а також надання інформації про товар і отримання даних про ринок [25].

До складових збутової політики належать:

- маркетингові стратегії збуту, зокрема елементи позиціонування, які формують аргументи для реалізації;
- регуляторна політика, яка включає заходи стимулювання продажу;
- цінова політика;
- асортиментна політика;
- політика розподілу, яка визначає принципи побудови каналів просування продукції;

- політика комерційного кредитування;
- політика транспортування;
- інкасаційна політика, яка охоплює принципи погашення дебіторської заборгованості;
- організаційні аспекти реалізації [45].

Усі складові збутової політики взаємопов'язані й впливають одна на одну, що може створювати синергетичний ефект. Тому її формування повинно базуватися на системному підході, який враховує взаємозалежність усіх елементів [27].

Концепція збуту охоплює такі основні складові: складування, транспортування, доробка продукції, зберігання, організація просування товарів до оптових і роздрібних торговельних точок, підготовка до збуту, а також сам процес збуту. У системі маркетингу продаж відіграє ключову роль, адже він забезпечує підприємству зворотний зв'язок із ринком, надаючи важливу інформацію про структуру і динаміку попиту, а також про зміни в уподобаннях і потребах споживачів.

Формування збутової політики є важливим компонентом загальної маркетингової стратегії підприємства. У ринкових умовах торгівельна мережа виконує важливі функції, сприяючи ефективній реалізації продукції, що підтверджується відповідними даними, наведеними у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Причини розвитку збутової мережі в маркетингу

Боротьба за гроші споживача	Життя в умовах насиченості призвело до необхідності виконання вимог споживача: - знання товару і ринку; - мінімальної кількості часу на його придбання; - максимуму зручностей до, під час і після покупки.
Раціоналізація виробничих процесів	Сортування, фасування, пакування тощо доцільно здійснювати перед транспортуванням, на складах, в магазинах, в процесі до продажного обслуговування.
Проблеми ефективності ринкової поведінки і розвитку підприємства	Керувати підприємством ефективно означає бути постійно орієнтованим на потреби споживача.

Система, що забезпечує доставку товарів до місць реалізації чи виробництва у точно визначений час, орієнтуючись на задоволення потреб споживачів і з мінімальними витратами для виробника, відома як система управління товарорухом.

Внутрішнє середовище товароруху включає:

- управління запасами компонентів, сировини та готової продукції, які отримуються від постачальників та відправляються на склади підприємства;
- обробку замовлень клієнтів;
- підбір продукції для реалізації з формуванням транспортно-оптимальних партій;
- підготовку продукції до перевезення, включаючи її пакування та маркування відповідно до вимог транспортних організацій;
- оформлення супровідної документації (специфікації, сертифікати, транспортні накладні, пакувальні листи тощо) та контроль процесу відвантаження і переміщення товару.

Зовнішнє середовище товароруху охоплює:

- транспортні організації, що забезпечують перевезення;
- посередницькі компанії та їх складські потужності;
- мережу роздрібної торгівлі (магазини, кіоски тощо) [14].

Таким чином, торгова політика учасників ринку повинна відповідати очікуванням клієнтів, забезпечуючи їм зручність, і враховувати конкурентний тиск. У разі переваги торгової політики конкурентів виробник змушений або залишити ринок, або суттєво вдосконалити власну систему реалізації для підвищення конкурентоспроможності, або змінити напрямок виробничої та комерційної діяльності.

Комерційна діяльність підприємства вимагає не лише глибокого розуміння організації поставок, виробничих процесів, фінансових операцій, рекламних заходів і правових аспектів, але й здатності оперативно реагувати на зміни ринкової ситуації. Важливим є також постійний пошук нових ринків збуту та вдосконалення навичок торгового персоналу. Формування торгової

стратегії підприємства передбачає аналіз можливих варіантів ведення бізнесу та вибір оптимальних підходів, які найкраще задовольняють потреби й вподобання клієнтів, що сприяє досягненню максимальних результатів у господарській діяльності.

Збутова політика підприємства являє собою сукупність стратегічних заходів, спрямованих на формування попиту, встановлення партнерських відносин з клієнтами, організацію логістики, формування ціноутворення, управління товаропотоками, стимулювання продажів, забезпечення сервісу та реалізацію рекламної діяльності. Це цілісний підхід до здійснення торгових операцій і досягнення цілей збутової стратегії компанії.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження можна зробити такі висновки:

1. ПП «Вдячне поле» має високий рівень спеціалізації. Основним напрямом діяльності є вирощування технічних і зернових культур. Крім того господарство вирощує свиней для отримання м'ясної продукції для забезпечення внутрішніх потреб. Найбільшу питому вагу продукції займають зернові та зернобобові культури – 66,0%, технічні на рівні 33,4%, що свідчить про зерно-технічний напрям виробництва.

2. У 2023 р. середньорічна вартість основних засобів зросла на 27,6% до 9010,0 тис. грн, а порівняно з 2021 р. вартість оборотних активів зросла на 11,3% до 7720,5 тис.грн. у 2023 р. Господарство закупило більше добрив, а також зростання відбулося через значне подорожчання паливно-мастильних матеріалів.

3. У 2022 р. виручка від реалізації продукції складала 11620 тис.грн, і зросла в порівнянні з 2021 р. на 37,2%, але за рахунок підвищення собівартості реалізованої продукції прибуток зменшився на 15% в порівнянні з минулим роком. Норма прибутку цього року значно зросла у порівнянні з минулим роком і становила 14,7%, рівень рентабельності -28,5%.

4. У період проведення дослідження ми можемо говорити про зростання ефективності виробництва соняшнику та зернових культур в 2023 р. У 2023 р. собівартість реалізованої продукції практично залишилась на рівні 2022 р., але дещо зросли прбутки . В результаті рівень рентабельності соняшнику зріс до 130%, а озимої пшениці – до 74,1%.

5. У 2023 р. порівняно з 2021 р. обсяг продажу зернових і зернобобових культур збільшився на 24,3%. Обсяг реалізації соняшника за відповідний період зріс на 214,5%. Загалом ця ситуація є позитивною, адже загальна виручка від реалізації зернових культур господарства в 2023 р. в порівнянні з 2021 р. зросла на 226%, а обсяг реалізації в натуральних показниках виріс на 10%.

6. Порівняно з 2022 р. рівень товарності сільськогосподарської продукції в 2023 р. змінився з позитивною динамікою. Таким чином, рівень товарності основних видів продукції рослинництва в загальному по галузі збільшився, тому що господарство разом з основною продукцією продало залишки минулого року.

7. За результатами моніторингу структури управління господарства було встановлено, що у ньому відсутній відділ маркетингу чи принаймні відділ реалізації. Усі завдання, пов'язані з дослідженням ринку, маркетингом цін на товар, пошуком шляхів реалізації, укладання угод на продаж товару виконує керівник господарства.

8. Забезпечення раціонального використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств суттєво пов'язане із необхідністю внесення якісних змін до складу та структури ресурсів, а також із оптимізацією їх ефективного управління ними. Підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом сільськогосподарських підприємств полягає в налагодженні їх раціонального використання та управління. При цьому, ресурси господарства характеризуються рядом функціональних властивостей, ґрунтовне вивчення яких надасть можливість їх своєчасного компенсування у процесі сільськогосподарського виробництва.

9. Наявний ресурсний потенціал аграрних господарств є базисом для прийняття ефективних управлінських рішень стосовно його оптимального використання, що також сприяє обґрунтуванню перспективних його шляхів розвитку для забезпечення підвищення конкурентоспроможності. Отже збільшення ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств сприяє підвищенню його конкурентоспроможності та забезпечує розвиток. Крім того також слід зазначити, що наявний потенціал значною мірою характеризує майбутній стан господарства та його поточну конкурентоспроможність.

З метою підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва, зусилля керівників та фахівців повинні бути направлені на

технічне переоснащення існуючих підприємств, впровадження сучасних передових енергозберігаючих та екологічно чистих технологій, вдосконалення організаційно-економічного механізму діяльності підприємств, а держава повинна забезпечити підтримку ініціативно активних сільськогосподарських підприємств шляхом залучення зовнішніх та внутрішніх інвестицій.

Забезпечення ефективного, сталого, пропорційного та збалансованого розвитку рослинництва є найважливішим завданням державної економічної політики, втілення якої в життя полягає не лише у забезпеченні потреб внутрішнього ринку агропродовольчої продукції, а й у формуванні потужного їх експортного потенціалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агробізнес України – 2016. Інфографічний довідник: [сайт]. URL: <http://agrex.gov.ua/wp-content/uploads/Infografika-silskogo-gospodarstva-Ukrayini-vid-BakerTilly-taLatifundist.pdf>.
2. Амбросов В.Я. Забезпечення державної підтримки сільськогосподарського виробництва в умовах членства України у СОТ. *Економіка АПК*. 2009. №2. 15-24.
3. Амбросов В.Я. Фінансова стабілізація розширеного відтворення в аграрному секторі економіки. *Агроінком*. 2007. № 7-8. 26-28.
4. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: підруч. – 2-ге вид. допов. і перероб. К.: КНЕУ. 2002. 624.
5. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств : теорія, методика, аналіз. К.: КНЕУ, 2005. 292.
6. Бесенюк В.М. Ресурсний потенціал агроформувань у забезпеченні ефективного господарювання. *Економіка: проблеми теорії та практики*. Випуск 193: В 5 т. Том І. Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. 158-168.
7. Більський В.Г. Ресурсне забезпечення підприємств агропромислового комплексу. *Економіка АПК*. 2005. № 10. 35-37.
8. Бугуцький О.А. Ефективність виробництва сільськогосподарської продукції. *Економіка АПК*. 2008. № 8. 45-51.
9. Вишневська О.М. Ресурсний потенціал аграрного сектора економіки України: соціально-економічні та екологічні аспекти: [монографія]. – Миколаїв, 2011. 487.
10. Відтворення та ефективне використання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні і практичні аспекти). К.: Інститут економіки НАН України, 2003. 46.
11. Вітков М.С. Розвиток інвестиційної політики у сільському господарстві України. *Економіка АПК*. 2015. №1. 11- 13.
12. Воловик Д.В. Розвиток системи управління ресурсним потенціалом

аграрних підприємств. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. №4 (75). 2014. 133-136.

13. Гавва В.Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: навч. посібник. К.: 2014. 224.

14. Гладій М.В. Використання виробничо-ресурсного потенціалу аграрного сектора економіки України (питання теорії, методології і практики): монографія. Львів: ІРД НАН України, 1998. 294.

15. Головний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

16. Гречан А.П. Теоретичні засади визначення інноваційного потенціалу підприємства. *Економіка та держава*. 2015. № 7. 34-37.

17. Гриньова В.М. Фінанси підприємств: навчал. посібник. 2-ге вид., перероб. і доповн. К.: Знання – Прес, 2004. 424.

18. Гудзь О.Є. Державна програма фінансової підтримки підприємств АПК через механізм здешевлення кредитів. *Економіка АПК*. 2008. №11. 54-63.

19. Гунченко О.В. Ресурсний потенціал та умови його формування в сільськогосподарських підприємствах. *Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»*. № 5. 2011. 75-80.

20. Дем'яненко С.І. Інноваційне зростання – основа стабільності агропромислового комплексу. *Наука та інновації*. Сільськогосподарські і аграрні технології. 2015. Т. 1. Вип. 1. 87-98.

21. Довгаль О.В. Механізм ефективного управління ресурсним потенціалом аграрних підприємств. *Агросвіт*. № 5. 2016. 20-22.

22. Додонов С.В. Влияние потенциала на эффективность сельскохозяйственного производства. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2004. №2, т.2. 121-127.

23. Економічний словник. URL: library.nlu.edu.ua/poln_text/knigi/kondor/ekonomic_sl_2006.pdf.

24. Єрмаков О.Ю. Державна підтримка інвестиційної діяльності та напрями її активізації в агропромисловому комплексі України. *Вісник*

аграрної науки Причорномор'я. 2017. №3, Т. 1. 157-161.

25. Єрмаков О.Ю. Методичні аспекти узагальненої оцінки економічної ефективності використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. Черкаси: ЧДТУ. 2009. вип. 22, ч.2. 12-15.

26. Жадько К.С. Підвищення ефективності використання персоналу та його розвиток. Монографія за заг. редакцією А.Г. Бабенка. Дніпропетровськ: УМСФ, 2016. 493.

27. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2009. 728.

28. Іванюта В.Ф. Природний потенціал агропромислового комплексу : регіональний аспект. *Агроінком*. 2007. № 9-10. 45-48.

29. Кареба М.І. Сучасний стан і основні напрямки зміцнення технічної бази сільськогосподарських підприємств. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2008. № 4. 71-78.

30. Кареба М.І. Щодо оцінки економічної ефективності використання основних складових ресурсного потенціалу сільгосппідприємств. *Наукові праці вчених Південного філіалу «Кримський агротехнологічний університет» Національного аграрного університету*. Сімферополь. 2009. Вип. 26-32.

31. Кареба М.І. Щодо сутності і складу ресурсного потенціалу аграрних підприємств та його значення у забезпеченні їх ефективного розвитку. *Агроінком*. 2008. №7-10. 25-31.

32. Кириленко І.Г. Напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняного сільськогосподарського виробництва. *Економіка АПК*. 2015. № 11. 68-72.

33. Клочан В.П. Діагностика фінансового стану сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2009. №4. 86-88.

34. Козаченко Л. АПК: приєднання до СОТ. Успіх прийде не одразу.

Урядовий кур'єр. 2008. № 40. URL: <http://www.minagro.kiev.ua> – Офіційний інтернет-сайт Міністерства агропромислової політики України.

35. Корецька С.О. Методологічні аспекти формування ресурсної стратегії підприємства. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. Вип. 4(60). 2012. Серія «Економіка». 89-100.

36. Кравченко А.В. Ефективність використання земельних ресурсів регіону. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2017. №3, Т. 1. 54-58.

37. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка. Навч. посібник. К.: 2005. 352.

38. Лукинов А. Аграрный потенциал: исчисление и использование. Вопросы экономики. 1988. № 1. 12-21.

39. Малік М.Й. Підприємництво у розвитку аграрного ринку. *Економіка АПК*. 2007. № 11. 38-49.

40. Малік М.Й. Розвиток підприємництва в аграрному секторі економіки. *Економіка АПК*. 2006. № 4. 3-10.

41. Маршалок М.С. Потенціал аграрного підприємства: наукові підходи до трактування. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnau/2010_154_1/10mms.pdf

42. Мельник Л.Л. Шляхи підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу підприємства. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2012. Вип. 27. 3-7.

43. Механізм державної підтримки у сфері сільського господарства необхідно вдосконалювати. URL: <http://agrofrom-ua.com/articles/287>.

44. Мойса М.Я. Ресурсний потенціал аграрних підприємств та економічний механізм його раціонального використання. *Економіка АПК*. 2014. № 2. 38-43.

45. Підлісецький Г.М. Підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу аграрного сектору. *Економіка АПК*. 2016. № 5. 65-66.

46. Піменова О.В. Проблеми конкурентоспроможності аграрного сектору

України. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. № 21. 355-360.

47. Погребняк І.І. Чинники формування конкурентоспроможності підприємств молокопродуктового під комплексу. *Інноваційна економіка*. 88-92.

48. Попович В.В. Система організаційно-управлінських та економічних заходів забезпечення рентабельного виробництва в аграрних підприємствах: монографія. О.: [б. в.], 2010. 162 .

49. Пойда-Носик Н.Н. Фінансові ресурси підприємства. *Фінанси України*. 2013. № 1. 96-103.

50. Полозенко Д.В. Прямі і непрямі форми державної підтримки сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2008. №5. 40-44.

51. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [Навчальний посібник]. К.: Центр навч. л-ри, 2005. 352.

52. Ревякин Е.Л. Ресурсосберегающие технологии: состояние, перспективы, эффективность, 2011. 156.

53. Ресурсний потенціал (стан, динаміка, прогноз). Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку. Інформаційноаналітичний збірник / за ред. П.Т. Саблука та ін. К.: ІАЕ УААН. 2002. вип. 5. 6-87.

54. Россоха В.В. Потенціал аграрного підприємства: методологія дослідження. *Економіка АПК*. 2015. №4. 35-40.

55. Россоха В.В. Формування і розвиток виробничого потенціалу аграрних підприємств: монографія. К.: ННЦ ІАЕ, 2009. 444.

56. Саблук П.Т. Кординальні напрями вирішення економічних проблем в АПК. *Економіка АПК*. 2005. № 5. 3-8.

57. Саблук П.Т. Розвиток земельних відносин в Україні. К.: ННЦ ІАЕ, 2006. 396.

58. Савченко В.Д. Організація сільськогосподарських підприємств: наукове видання. Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва. Харків, 2012. 330.

59. Сакун А.Ж. Оцінка ефективності використання виробничого

потенціалу аграрних формувань. *Таврійський науковий вісник Херсонського державного аграрного університету*. 2007. вип. 48. 224- 228.

60. Свободин В.А. Определение производственного потенциала сельскохозяйственного предприятия. *Международный сельскохозяйственный журнал*. 1987. №3. 80.

61. Сердак С.Е. Принципи ефективного управління ресурсами суб'єктів господарювання. *Академічний огляд*. 2008. №2. 83-88.

62. Славов В.П. Ресурсозбереження як важливий чинник розвитку виробничих систем. *Агроінком*. 2017. № 7-8. 52-57.

63. Статистичний щорічник Кіровоградської області за 2023 рік: Херсон: Головне управління статистики Кіровоградської області, 2023. 516.

64. Супіханов Б.К. Про підвищення конкурентоздатності аграрного виробництва в сучасних умовах. *Економіка АПК*. 2018. № 5. 3-8.

65. Трегобчук В.М. Відтворення та ефективність використання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні та практичні аспекти). К.: Ін-т економіки НАН України, 2003. 259.

66. Ульянченко О.В. Формування та використання ресурсного потенціалу в аграрній сфері. Монографія: Харків. НАУ, 2006. 357.

67. Хорунжий М.Й. Організація агропромислового комплексу: підручник. К.: КНЕУ. 2001. 382.

68. Черников Д. Эффективность использования производственного потенциала и конечные народнохозяйственные результаты. *Экономические науки*. 1981. №10. 45-47.

69. Шибанін В.С. Зміцнення та ефективно використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств: монографія. За ред. чл.-кор. НААН України, проф. В.С. Шибаніна та д.е.н., проф. І.І. Червена. Миколаїв, МДАУ, 2010. 205.

70. Шкільний О.О. Організаційно-економічні механізми управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. Монографія. Умань. Видавництво Уманського державного аграрного університету, 2007. 308.